

**ESTRATEGIAS PARA POTENCIAR LA EXPORTACIÓN DE SERVICIOS DE SALUD DESDE
BUCARAMANGA Y SU ÁREA METROPOLITANA**

MARÍA CAMILA SERRANO JIMÉNEZ

ID 000450643

**Trabajo de grado de Maestría para obtener el título de
Magíster en Gerencia del Comercio Internacional**

**PROGRAMA DE MAESTRÍA EN GERENCIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL
ESCUELA DE ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL BUCARAMANGA**

2023

Tabla de contenido

Índice de Tablas	4
Índice de Gráficos	5
Siglas y Abreviaturas.....	6
Listado de Anexos	7
1. Planteamiento del Problema.....	12
1.1. Formulación del Problema.....	14
1.2. Objetivos	14
1.2.1. Objetivo General	14
1.2.2. Objetivos Específicos.....	14
1.3. Justificación	14
2. Marco de Referencia	17
2.1. Marco Histórico: Recorrido histórico de la salud en Colombia.	17
2.2. Marco Teórico.....	21
La OMC y su Acuerdo General sobre Comercio de Servicios	21
Exportación de Servicios de Salud: Definiciones.....	23
Tabla 1: Definiciones de Turismo de Salud.	23
Motivaciones para el Turismo de Salud	24
Destino	26
Flujos Migratorios de Extranjeros.....	27
Tabla 2: Detalle de Flujos Migratorios – Llegada de turistas extranjeros a Colombia.....	27
Barreras al Turismo de Salud.....	29
3. Metodología.....	32
3.1. Características metodológicas.....	32
4. Resultados.....	33
4.1. Caracterización del sector	33
Cifras de exportación de servicios de salud a nivel global	33
Gráfica 1: Proyección – Tamaño de Mercado de Turismo Médico Global	34
Tabla 3: Ranking de Mejores Hospitales en América Latina.....	36
Hospitales exportadores de servicios de salud en Colombia.....	37
Gráfica 2: Mapa de hospitales en Colombia exportadores de servicios de salud.....	37
Hospitales exportadores de servicios de salud en Santander.....	40
Oficinas de Pacientes Internacionales.....	42

Cifras de exportación de servicios de salud en Colombia	44
Gráfica 3: Facturación por Atención de Pacientes Internacionales	44
Tabla 4: Destino de procedencia de los pacientes internacionales en Colombia.	45
Gráfica 4: Exportación de Servicios de Salud en Colombia 2013 – 2021	46
Gráfica 5: Exportación de Servicios de Salud en Colombia por Trimestre 2012 – 2022 (I Trimestre)48	
Niveles de Atención en Salud.....	48
Gráfica 6: Niveles de Atención en Salud.	49
Portafolio de Servicios de Salud.....	50
*¿Qué servicios no se pueden incluir en la oferta internacional?	51
Comparativo entre Colombia y otros países exportadores de servicios de salud.....	51
Tabla 5: Comparativo de países exportadores de salud.....	54
Dinámica de internacionalización en la región	56
4.2. Políticas Sectoriales	58
4.3. Barreras.....	64
Tabla 6: Barreras para la exportación de servicios de salud.	65
5. Recopilación de la información.....	69
5.1. Entrevista Juan Felipe Santos – ANDI.....	69
Tabla 7: Calificación de aspectos clave para la potencialización de la exportación de servicios de salud desde Bucaramanga y su AMB – Juan Felipe Santos.....	72
5.2. Entrevista Elizabeth Ziemba	73
Tabla 8: Calificación de aspectos clave para la potencialización de la exportación de servicios de salud – Elizabeth Ziemba.....	77
6. Planteamiento de Estrategias para Potenciar la Exportación de Servicios de Salud desde Bucaramanga y su Área Metropolitana.....	79
6.1. Matriz DOFA.....	79
6.2. Estrategias e Indicadores	80
7. Conclusiones.....	83
Referencias Bibliográficas.....	85
ANEXOS.....	89

Índice de Tablas

- Tabla 1: Definiciones de Turismo de Salud.
- Tabla 2: Detalle de Flujos Migratorios – Llegada de turistas extranjeros a Colombia
- Tabla 3: Ranking de Mejores Hospitales en América Latina.
- Tabla 4: Destino de procedencia de los pacientes internacionales en Colombia.
- Tabla 5: Comparativo de países exportadores de salud.
- Tabla 6: Barreras para la exportación de servicios de salud.
- Tabla 7: Calificación de aspectos clave para la potencialización de la exportación de servicios de salud desde Bucaramanga y su AMB – Juan Felipe Santos.
- Tabla 8: Calificación de aspectos clave para la potencialización de la exportación de servicios de salud – Elizabeth Ziemba.

Índice de Gráficos

- Gráfica 1: Proyección – Tamaño de Mercado de Turismo Médico Global
- Gráfica 2: Mapa de hospitales en Colombia exportadores de servicios de salud.
- Gráfica 3: Facturación por Atención de Pacientes Internacionales
- Gráfica 4: Exportación de Servicios de Salud en Colombia 2013 – 2021 (Cifras en miles de USD)
- Gráfica 5: Exportación de Servicios de Salud en Colombia por Trimestre 2013 – 2021 (Cifras en miles de USD)
- Gráfica 6: Niveles de Atención en Salud.

Siglas y Abreviaturas

- **AMB:** Área Metropolitana de Bucaramanga.
- **OMC:** Organización Mundial de Comercio.
- **AGCS:** Acuerdo General sobre Comercio de Servicios.
- **CCB:** Cámara de Comercio de Bucaramanga.
- **COVID-19:** Corona Virus Disease.
- **DANE:** Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas.
- **MTCES:** Muestra Trimestral de Comercio Exterior de Servicios.
- **ANDI:** Asociación Nacional de Empresarios de Colombia.
- **FONTUR:** Fondo Nacional de Turismo.

Listado de Anexos

- Anexo 1. Modelo de Entrevista: Juan Felipe Santos – ANDI
- Anexo 2. Modelo de Entrevista: Elizabeth Ziemba

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: ESTRATEGIAS PARA POTENCIAR LA EXPORTACIÓN DE SERVICIOS DE SALUD DESDE BUCARAMANGA Y SU ÁREA METROPOLITANA

AUTOR(ES): MARÍA CAMILA SERRANO JIMÉNEZ

PROGRAMA: Maestría en Gerencia del Comercio Internacional

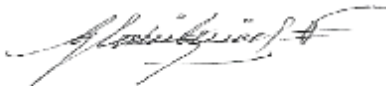
DIRECTOR(A): Gladys Mireya Valero Córdoba

RESUMEN

Colombia es reconocida a nivel internacional por ofrecer cirugías plásticas a precios accesibles para pacientes extranjeros, incluso en el país también se tiene la creencia errónea de que es el único servicio que se ofrece para este público. Hace un poco más de 10 años Colombia inició con la exportación de servicios de salud de mediana y alta complejidad, principalmente en islas del Caribe que no contaban con los suficientes profesionales, tecnología o servicios disponibles debido al reducido tamaño de su población. Bucaramanga y su área metropolitana no fueron la excepción, y actualmente se evidencia que la región tiene un gran potencial y ventaja con relación a otras ciudades del país gracias a su ubicación geográfica, su altura y clima favorables para la recuperación de los pacientes. Además, al ser una ciudad de tamaño mediano las distancias no son extensas, lo que hace que los costos de transporte sean acordes a estas. Adicionalmente, es una ciudad con menores costos a comparación de otras regiones del país y por supuesto de América Latina en cuanto a hotelería, restaurantes y en general, del costo de vida o de estancia. Sin embargo, Bucaramanga y su AMB tienen en contra el poco posicionamiento y reconocimiento internacional en cualquier tipo de turismo. A esto se suma que la región no está preparada para recibir turistas en material cultural. Se han evidenciado grandes falencias en diversos temas como la hospitalidad, el bilingüismo, la seguridad para los extranjeros en la ciudad, conectividad aérea, entre otras, que hacen que lograr el posicionamiento esperado no sea una tarea fácil de realizar. Es por esto, que desde este proyecto se plantean estrategias para iniciar correctamente a fortalecer el sector de la exportación de servicios de salud desde la región, desde la raíz, pues atraer turistas en busca de servicios médicos o pacientes a la ciudad va a impactar positivamente no solo al sector salud sino a muchos sectores más y en general, al desarrollo económico de la región.

PALABRAS CLAVE:

Turismo de salud, turismo médico, Bucaramanga, exportación de servicios, salud, internacionalización, promoción de destino



Vº Bº DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: STRATEGIES TO ENCOURAGE THE EXPORT OF HEALTH SERVICES FROM BUCARAMANGA AND ITS METROPOLITAN AREA

AUTHOR(S): MARÍA CAMILA SERRANO JIMÉNEZ

FACULTY: Maestría en Gerencia del Comercio Internacional

DIRECTOR: Gladys Mireya Valero Córdoba

ABSTRACT

Colombia is internationally recognized for offering plastic surgeries at affordable prices for foreign patients, even in the country there is also the erroneous belief that it is the only service offered to this public. More than 10 years ago, Colombia started exporting medium and high complexity health services, mainly in the Caribbean islands that did not have enough professionals, technology, or services available due to the small size of their population. Bucaramanga and its metropolitan area were no exception, and it is currently evident that the region has a great potential and advantage over other cities in the country thanks to its geographical location, altitude, and favorable climate for the patients' recovery. In addition, being a medium-sized city, distances are not extensive, which makes transportation costs are commensurate with these. Additionally, it is a city with lower costs compared to other regions of the country and of course of Latin America in terms of hotels, restaurants and in general, the cost of living or stay. However, Bucaramanga and its metropolitan area have against them the low international recognition in any type of tourism. In addition, the region is not prepared to receive tourists in terms of culture. Great deficiencies have been evidenced in various issues such as hospitality, bilingualism, security for foreigners in the city, air connectivity, among others, which makes achieving the expected recognition not an easy task to perform. Therefore, from this project, strategies are proposed to correctly start to strengthening the health services export from the region, from the root. Attracting tourists in search of medical services or patients to the city, will positively impact not only the health sector but many other sectors and in general, the economic development of the region.

KEYWORDS:

Health tourism, medical tourism, Bucaramanga, services export, health, internationalization, destination promotion.



Vº Bº DIRECTOR OF GRADUATE WORK

INTRODUCCIÓN

Durante las últimas décadas, la exportación de servicios se ha fortalecido a nivel global, razón por la cual la OMC tuvo que regular el comercio de servicios en 1995 por medio del Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (AGCS), y la exportación de servicios de salud no ha sido la excepción. Se le conoce también como turismo de salud o turismo médico, el cual consiste en el traslado del paciente desde su país de origen a otro país para recibir servicios ya sea un tratamiento curativo, medicina preventiva, estética o servicios de bienestar.

Para 2019 el tamaño de este mercado a nivel global fue de 44,8 billones de dólares y se esperaba que para 2027 tuviera un crecimiento total del 364% hasta alcanzar los 207,9 billones de dólares, sin embargo, la llegada de la pandemia por COVID-19 afectó el crecimiento de este mercado considerablemente. El tamaño del mercado de turismo de salud a nivel global cayó un 86% en el 2020 (Grand View Research Inc., 2022), haciendo la recuperación del sector lenta y compleja. Se estima que para el 2027 se alcancen los niveles que se tenían en 2019.

Con relación a la exportación de servicios de salud en el continente americano, actualmente se destacan diferentes mercados que se incluyen en el Medical Tourism Ranking como Costa Rica, México, Brasil, República Dominicana, en el que también se encuentra Colombia en el lugar 25 a nivel global.

A pesar de encontrarse en una posición del ranking no tan favorable, la salud en Colombia se ha destacado durante los últimos años por su alta calidad y enfoque en la seguridad del paciente. Esto se evidencia en el ranking de la revista América Economía para 2021, pues dentro del top 10 de los mejores hospitales de la región, 5 de ellos son hospitales colombianos que actualmente trabajan en la exportación de sus servicios de salud.

Actualmente, en Colombia no existen planes públicos integrales para el sector de exportación de servicios de salud, ni se evidenció su priorización en el Plan Nacional de Desarrollo del gobierno para 2018 – 2022 (a la fecha de publicación de este documento no se ha presentado el PND para 2022 – 2026). Lo único que se evidenció fue la existencia del artículo 19 de la Ley 2068 de 2020 donde se presenta la definición de Turismo de Salud, sin embargo, no hay una regulación al respecto, ni información ampliada sobre este tema.

A pesar de su poco reconocimiento y bajo posicionamiento a nivel internacional, Bucaramanga recibe pacientes extranjeros principalmente del Caribe y de Estados Unidos. Sin embargo, esta ciudad junto con su área metropolitana tiene un potencial mucho mayor en términos de atracción de extranjeros para la prestación de servicios de salud de alta complejidad, excelente calidad y costos asequibles. La región cuenta con diferentes programas liderados por la Cámara de Comercio de Bucaramanga que buscan fortalecer el sector, como lo son el GPS – Global Plan Santander y el Clúster de Salud.

En Bucaramanga y su área metropolitana se encuentran dos importantes complejos médicos que en este momento son los que lideran la exportación de servicios de salud desde la región, estos son la Organización Foscal y la FCV – Fundación Cardiovascular de Colombia.

Durante el desarrollo de esta investigación se observó que el ahorro en los procedimientos puede estar entre el 60% y 70% o más en algunas ocasiones en comparación con el mercado estadounidense (Ver Tabla 5: Comparativo de países exportadores de salud). Una cirugía de bypass de corazón que en Estados Unidos puede costar unos 75.000 USD, en Colombia el mismo procedimiento está alrededor de los 17.000 USD. Incluso si se compara con países como Panamá, que está posicionándose cada vez más en el mercado internacional, los ahorros de realizar los procedimientos en Colombia son bastante considerables. Una cirugía artroscópica puede estar aproximadamente en 15.000 USD en Panamá y alrededor de los 4.000 USD en Colombia.

A lo anterior se suman los altos estándares de calidad y seguridad del paciente que se manejan en los hospitales colombianos, pues cuentan con acreditaciones nacionales que deben realizar para estar habilitados para prestar un servicio al público, así como con acreditaciones internacionales. Es importante destacar que en Colombia hay 5 hospitales acreditados por la JCI – Joint Commission Internacional, ente certificador internacional que evalúa los más altos estándares de cuidado y seguridad de los pacientes. En Santander se encuentra acreditado un hospital por la JCI.

Teniendo en cuenta lo anterior, se plantea la pregunta de investigación: ***¿Qué estrategias se podrían implementar para potenciar la exportación de servicios de salud desde Bucaramanga y su área metropolitana?***

Para desarrollar la pregunta propuesta previamente, se considerará una metodología analítica cualitativa por medio de la realización de entrevistas a personas de entidades clave para el desarrollo del turismo médico en Colombia: Juan Felipe Santos de la ANDI, y a nivel internacional: Elizabeth Ziembra, experta en turismo médico y presidente de Medical Tourism Training.

1. Planteamiento del Problema

La salud en el mundo es algo que siempre ha estado presente como prioridad para todas las comunidades, y en Colombia ha estado influenciado inicialmente por la clínica francesa, y posteriormente por Estados Unidos hasta años recientes.

Para finales del 2019, Colombia estaba exportando alrededor de 15 millones de dólares en servicios de salud por trimestre (DANE, 2022), pero debido a la pandemia por COVID-19 y las restricciones impuestas desde marzo de 2020, la exportación de servicios de salud tuvo un impacto muy grande, haciendo que éste tuviera una caída del 55% de acuerdo con las cifras presentadas por el DANE en la Muestra Trimestral de Comercio Exterior de Servicios – MTCES.

Dichas restricciones no sólo impactaron negativamente en la generación de ingresos, sino que hicieron que los clientes internacionales tuvieran que buscar alternativas diferentes a Colombia para enviar a sus pacientes. Al momento no se ha llegado a cifras similares a las mencionadas para finales del 2019, pero este sector tiene un alto potencial de crecimiento pues las personas en el exterior buscan cada vez más tratamientos de alta calidad y tecnología, a costos accesibles y en tiempos cortos de atención que no logran conseguir en sus países de residencia (Vovk, Beztelesna, & Pliashko, 2021).

En Santander existen dos complejos médicos reconocidos a nivel nacional que cuentan con oficinas para pacientes internacionales y se encuentran comprometidas con la exportación de servicios de salud y el posicionamiento de Bucaramanga como destino ideal para tratamientos médicos, labor que debe realizarse de manera conjunta con otras entidades. A pesar de los esfuerzos realizados, Bucaramanga sigue siendo un destino totalmente desconocido a nivel internacional incluso en países cercanos como Ecuador, Panamá, y las islas del Caribe.

A pesar de la concepción de la población colombiana con relación a la calidad de la salud en el país, en Colombia pueden encontrarse servicios de salud de muy alta calidad en diferentes regiones de Colombia, abarcando una gran cantidad de tratamientos en diversas especialidades de alta complejidad como cardiología, neurología y neurocirugía, oncología, ortopedia, oftalmología, entre otras. Sin embargo, por lo que comúnmente es reconocido Colombia en el exterior es por las cirugías plásticas, que no son el foco principal de este proyecto.

En Colombia y específicamente en Bucaramanga y su área metropolitana pueden ofrecerse al público internacional todo tipo de servicios médicos de mediana y alta complejidad como se menciona anteriormente, sin embargo, hay un servicio en particular que por legislación colombiana se encuentra muy restringido: el trasplante de órganos, regulado en el Artículo 10 de la Ley 1805 de 2016.

Por otra parte, durante esta investigación se observó que para lograr posicionar a un destino en turismo de salud, es fundamental tener políticas gubernamentales que regulen y fomenten el

desarrollo de este sector, como es el caso de países como Tailandia, Turquía y Costa Rica, que se detallarán más adelante y de lo que se tiene aún mucho por aprender en Colombia.

1.1. Formulación del Problema

Teniendo en cuenta lo anterior, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ***¿Qué estrategias se podrían implementar para potenciar la exportación de servicios de salud desde Bucaramanga y su área metropolitana?***

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Formular estrategias para potenciar la exportación de servicios de salud desde Bucaramanga y su área metropolitana, mediante alianzas interinstitucionales con organismos como ProColombia, Cámara de Comercio de Bucaramanga y el Gobierno departamental.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Describir el sector exportador de servicios de salud y su caracterización nacional.
- Analizar las políticas sectoriales establecidas en los planes de desarrollo locales y nacionales para identificar los mecanismos definidos para potenciar la exportación de servicios salud en Bucaramanga y su área metropolitana.
- Determinar las barreras más comunes que existen al momento de incrementar la exportación de servicios de salud en Bucaramanga y su área metropolitana, y plantear de qué manera se pueden contrarrestar mediante estrategias interinstitucionales.
- Generar las estrategias y sus indicadores de gestión correspondientes para potenciar la exportación de servicios de salud desde Bucaramanga y su área metropolitana.

1.3. Justificación

Como se mencionó anteriormente, para un país es importante trabajar de manera conjunta y con una dirección clara, cuando quiere ser reconocido a nivel internacional por algo, independiente

del sector en el que quiera enfocarse. En el caso de la exportación de servicios de salud, hay ejemplos claros como Turquía en el que existe una regulación sobre el tema, e incluso existen alianzas con aerolíneas (Turkish Airlines para este caso) para fomentar la llegada de pacientes a este país. En Colombia este trabajo conjunto se evidencia en Medellín, en que se encuentra su clúster de salud, mejor conocido como Medellín Health City que lidera diferentes iniciativas como eventos internacionales, misiones comerciales, famtrips entre otras para dar a conocer sus servicios a nivel internacional. Cali es otro ejemplo por destacar en Colombia, pues trabajan de manera conjunta entre las clínicas para continuar el posicionamiento de su región en temas relacionados con la salud.

Bucaramanga y su área metropolitana tienen mucho potencial sin explotar en el exterior, pues presta servicios médicos de la más alta complejidad los cuales son, en algunos casos, inexistentes en el país de origen del paciente, y en otros son excesivamente costosos o inoportunos. A esto se suma que el costo de la estancia de un paciente de alta complejidad, que generalmente es prolongada, no es tan elevado como en otros países o incluso en otras ciudades del país.

Este proyecto tiene como objetivo formular estrategias para potenciar la exportación de servicios de salud desde Bucaramanga y su área metropolitana, mediante alianzas interinstitucionales con organismos como ProColombia, la Cámara de Comercio de Bucaramanga, el Gobierno departamental y municipal, entre otros actores. La necesidad de trabajar de manera conjunta se debe a que la exportación de servicios de salud va a impactar económicamente a diferentes sectores además del sector salud; por ejemplo, contribuye de manera directa al sector hotelero e inmobiliario, al sector de turismo tradicional, al sector de transporte, de restaurantes, y al comercio en general.

Por otro lado, para que los hospitales o prestadores de los servicios de salud puedan atraer pacientes extranjeros a la ciudad, debe existir un posicionamiento de esta a nivel internacional,

el cual se debe realizar de manera conjunta y articulada, pues para uno o dos prestadores de servicios de salud es imposible realizar todo el posicionamiento de la ciudad en el exterior, además del posicionamiento que deben realizar de su empresa.

Lograr el objetivo de este proyecto y posteriormente poder materializarlo con un responsable y líder claro que pueda dar seguimiento, contribuirá con el logro de un mayor desarrollo regional en diferentes niveles y un reconocimiento a nivel internacional de la región, no solo con relación al turismo de salud, sino al turismo tradicional, de bienestar, entre otros, y así poder impactar positivamente en la participación de las exportaciones no minero energéticas del departamento, como lo busca el Plan Regional de Internacionalización (GPS).

2. Marco de Referencia

2.1. Marco Histórico: Recorrido histórico de la salud en Colombia.

La llegada de los españoles al continente americano en 1492 trae consigo muertes, saqueos, esclavitud, opresión, además de mostrar a los pueblos indígenas como incultos, irracionales y atrasados. A pesar de esto, los españoles también encuentran riqueza, no sólo evidenciada en oro, riquezas materiales y naturales, sino también en conocimientos y formas diferentes de ver las cosas. De acuerdo con lo que cuenta la historiadora colombiana Diana Uribe (2019) en su Podcast "La Medicina del Nuevo Mundo", los españoles se enfrentan a muchas cosas desconocidas hasta ese momento por Europa e incluso por los árabes, quienes son considerados pioneros en diversos temas relacionados con la medicina, como el uso de las plantas para curar enfermedades, la influencia espiritual y de la comunidad en los procesos de curación de los enfermos.

Por mencionar algunos casos, para el pueblo azteca, el fin de la vida consistía en tener una buena vida, la cual debía estar basada en 4 niveles:

1. La realización de ejercicios diarios, los cuales eran muy similares a la práctica del yoga.
2. Armonía entre los pensamientos y sentimientos (psiquis propia).
3. La vida en comunidad, el poder funcionar bien dentro de la comunidad.
4. Estar en armonía con la naturaleza.

La concepción de la salud para el pueblo inca es similar a la de los aztecas, considerando que para comprender la enfermedad se debe realizar una indagación tanto física como psicológica, considerar la espiritualidad como parte fundamental de la salud, la cual tiene una connotación no sólo individual, sino comunitaria. Este pueblo también hace uso de las hierbas o plantas que tiene a su disposición, y considera que la invocación de las buenas energías hace parte de los procesos curativos. Para ellos, la enfermedad está estrechamente relacionada con el estilo y la calidad de vida.

Como se menciona anteriormente, a la llegada de los conquistadores españoles a América se enfrentan a situaciones desconocidas, y por ende muchos científicos se interesan en conocer los poderes reales que tienen estas plantas, entre ellos el más destacado por su trabajo de investigación “La historia medicinal de las cosas que se traen de nuestras Indias Occidentales” es el médico Nicolás Bautista Monardes, quien lleva a Sevilla diferentes tipos de plantas medicinales para cultivarlas y estudiarlas. El uso medicinal de las plantas y flores no es fácilmente aceptado en Europa que, junto con todo lo desconocido que observan al llegar a América, ocasiona una revolución científica en Europa.

La medicina de las comunidades indígenas colombianas de la época no dista mucho de las ya mencionadas y ejercidas por los pueblos azteca e inca. De acuerdo con S. de Friedemann & Arocha (1982) en su libro “Herederos del Jaguar y la Anaconda”, se destacan los Sibundoyes y los Ingas, comunidades ubicadas en la región del Putumayo, quienes también hacen uso de más de 240 plantas medicinales entre las que se destaca el Yajé, también conocido como bejuco de boas “como planta curativa y como medio de diagnosticar la enfermedad, de aprender las propiedades curativas de otras plantas, de conocer y entender el mundo” (S. de Friedemann & Arocha, 1982). Para ellos la enfermedad no es un problema individual, sino de comunidad. Además, se hace uso de piedras como el cuarzo, el cual simboliza al jaguar, para poder descubrir las causas reales de las enfermedades. El balance térmico, del frío y el calor, también es fundamental pues un desbalance entre estos genera enfermedades.

En un artículo del autor Miranda (1992) publicado por el Banco de la República de Colombia, se establecen los rasgos generales de la medicina en Colombia durante los siglos XIX y XX, en el que se menciona que durante el siglo XIX existió una gran influencia francesa pues ésta logra consolidarse como referente a nivel global de la medicina hospitalaria de mentalidad anatomoclínica, en la que según el autor se “concibe la enfermedad como la alteración en la forma y en la estructura de un órgano (Morgagni), un tejido (Bichat) o una célula (Virchow)”. Los

colombianos formados en medicina en el país comenzaron a viajar a Francia para repetir sus estudios y poderlos replicar a su regreso a Colombia.

Uno de los principales ejemplos de esto es el médico Antonio Vargas Reyes, quien al regresar a Colombia se convierte en el líder de este gremio en el país. Vargas Reyes lidera también la creación de la primera escuela de medicina privada en el país en 1.867, que haría parte de la Universidad Nacional de los Estados Unidos de Colombia. Esta escuela de medicina tenía una marcada influencia de la clínica francesa.

En 1.873 se crea la Sociedad de Medicina y Ciencias Naturales de Bogotá, quienes más adelante cambian su nombre a la Academia Nacional de Medicina y actúan como asesores del gobierno colombiano en todos los temas relacionados con la salud. Posteriormente, los médicos colombianos empiezan a traer equipos del exterior para poder realizar estudios más acertados de los pacientes y en 1.884 se trae el primer microscopio al país para realizar estudios en la Universidad de Antioquia; al año siguiente la Universidad Nacional adquiere uno de estos equipos.

Otro de los médicos destacados de la época, quien realizó sus estudios en Francia y en Londres, es Roberto Franco, quien se enfocó en el estudio de las enfermedades tropicales. Gracias a su influencia se crea el ahora llamado Instituto Nacional de Salud, junto con el apoyo de un filántropo Bogotano.

El desarrollo acelerado que tiene Estados Unidos a comienzos del siglo XX, no se presenta únicamente a nivel político, económico y social, sino que también impacta en la salud principalmente en el tema de investigación. Hay un cambio radical frente a la concepción de la medicina desde la óptica francesa, pues se empiezan a utilizar con mucha más frecuencia otros métodos diagnósticos como los laboratorios clínicos y el estudio de muestras que puede realizarse gracias a los microscopios. Se promueven también las investigaciones y el fortalecimiento de la tecnología.

Adicionalmente, el gobierno estadounidense crea alianzas con el gobierno colombiano pues, de acuerdo con Miranda (1992), a Estados Unidos le interesa el estudio de las enfermedades tropicales, los problemas relacionados con la salud pública y su relación con las políticas de comercio internacional y economías de enclave. A Colombia le interesa que con esta alianza se puedan movilizar recursos humanos, técnicos y financieros para curar los problemas de salud existentes, los cuales estaban ligados a la miseria.

Durante los últimos años, en Colombia se han visto algunos casos de científicos destacados a nivel internacional quienes han tenido gran influencia en el campo de la medicina, por mencionar algunos:

- *Ángela Restrepo Moreno*: Nace en Medellín en 1931 y fallece en febrero del 2022 en la misma ciudad, donde reside la mayor parte de su vida. La Dra. Restrepo es considerada pionera y referente en Colombia en el campo de la microbiología. Se destaca principalmente por sus estudios relacionados con los hongos, las enfermedades que estos causan, la forma en que se pueden diagnosticar y los tratamientos para combatirlos. Recibe más de 30 reconocimientos a nivel nacional e internacional por su valiosa contribución a la ciencia.
- *Deyanira Corzo*: Médica y cirujana egresada de la UIS (Universidad Industrial de Santander), también especialista en pediatría, genética e investigación. Es reconocida mundialmente por su contribución en el estudio de la Enfermedad de Pompe, una enfermedad genética que se presenta principalmente en niños, y de acuerdo con Cleveland Clinic es causada por la deficiencia de la encima glucosidasa-alfa, encargada de romper los azúcares complejos en el cuerpo. Esto puede provocar debilidad muscular y daños en múltiples órganos.
- *Rodolfo Llinás*: Médico y cirujano de la Pontificia Universidad Javeriana, quien probablemente sea el científico colombiano más reconocido a nivel mundial gracias a su

trabajo en el campo de la neurociencia. Su trabajo está centrado en el funcionamiento del cerebro, y en 1989 publica la Ley Llinás o ley de la no intercambiabilidad, que de acuerdo con la Revista Compensar (2019) “*demuestra que una célula nerviosa no puede ser reemplazada por una de otro tipo*”. Gracias a esta y otras contribuciones en su campo, Llinás ha sido reconocido y galardonado en múltiples ocasiones por las entidades más importantes en temas de investigación a nivel mundial.

- *Jorge Reynolds*: Ingeniero electrónico del Trinity College, en Cambridge, Inglaterra, con diversos doctorados en medicina e investigación. Es reconocido por su contribución a la cardiología mundial gracias a la creación del primer marcapasos artificial externo con electrodos internos. Asimismo, durante su carrera ha estudiado el funcionamiento del corazón de varias especies animales, destacando su investigación sobre las ballenas. Actualmente, se encuentra trabajando en la implementación de un nanomarcapasos que tendrá el tamaño aproximado de 1 cm y podrá ser monitoreado desde cualquier lugar.

2.2. Marco Teórico

La OMC y su Acuerdo General sobre Comercio de Servicios

La Organización Mundial de Comercio – OMC es quien regula el comercio internacional entre los diferentes países por medio de los acuerdos de la OMC en donde se encuentran recopilados sus pilares fundamentales. En esta organización se encuentran 164 países que han firmado y ratificado los acuerdos y que representan cerca del 98% del comercio mundial de acuerdo con las cifras de la misma organización. Dentro de los estados miembros se encuentra Colombia, vinculado desde el 30 de abril de 1995. El objetivo principal de la OMC es “*ayudar a los productores de bienes y servicios, los exportadores y los importadores a llevar adelante sus actividades*”.

Desde los años 80 se evidencia la necesidad de regular el comercio mundial de servicios debido a su rápido crecimiento y relevancia en el ámbito internacional, pues representa

aproximadamente el 20% del comercio mundial. Para esto, se estableció en enero de 1995 durante la Ronda Uruguay, el Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (AGCS). De acuerdo con la OMC, el AGCS contiene tres elementos principales, que se mencionan a continuación:

- Texto principal: Allí se evidencian las obligaciones y disciplinas generales de las partes involucradas.
- Anexos: Se amplía información sobre algunos sectores específicos como los servicios financieros, el transporte aéreo y marítimo, y los servicios de telecomunicaciones.
- Compromisos específicos que contraen los miembros como garantías de acceso a mercados, trato nacional y la posibilidad de negociar otros compromisos que no se encuentren explícitos en el acuerdo.

Por otra parte, en el numeral 2 del artículo primero "Alcance y definición" del AGCS se describen las diferentes modalidades de exportación de servicios, las cuales se clasifican dependiendo de quién o qué se desplaza al país en donde se prestará el servicio. Las diferentes modalidades se explican son:

Modo 1: Comercio Transfronterizo → En esta modalidad se desplaza el servicio por medio de un sistema de telecomunicaciones, por ejemplo, los servicios de arquitectura, los servicios bancarios, los call centers o consultorías.

Modo 2: Consumo en el Extranjero → En este caso, quien se desplaza al otro país es la persona que va a recibir el servicio. Esta es la modalidad que corresponde a la prestación de servicios turísticos y servicios de salud.

En los modos 3 y 4 se mueve el proveedor del servicio al país en el que se prestará dicho servicio.

Modo 3: Presencia Comercial → El prestador del servicio invierte en el extranjero para prestar el servicio en ese país, se puede hacer por medio de compra o arrendamiento de inmuebles. Por ejemplo, el establecimiento de filiales o sucursales en otros países.

Modo 4: Presencia de Personas Físicas → Consiste en el movimiento de personas naturales de un país a otro para prestar un servicio. En esta modalidad, el país que recibe a estas personas es libre de establecer las medidas regulatorias en temas de migración o permisos de permanencia en el caso de que esta persona quiera quedarse de manera permanente.

Exportación de Servicios de Salud: Definiciones

Con el fin de dar un mejor contexto al tema principal de esta investigación, es importante definir y aclarar en qué consiste la exportación de servicios de salud, también conocida como turismo de salud o turismo médico. A continuación, se presentan diferentes definiciones:

Tabla 1: Definiciones de Turismo de Salud.

FUENTE	DEFINICIÓN
Colombia Productiva (Colombia Productiva, 2022)	El turismo de salud “es el proceso en el que una persona viaja para recibir servicios de salud en un país diferente al que reside”, y este se puede dividir en 4 subcategorías que son: Medicina curativa, preventiva, estética y bienestar.
Globalization and healthcare: understanding health and medical tourism (Carrera & Bridges, 2014)	Medical tourism refers to “the organized travel outside one’s natural healthcare jurisdiction for the enhancement or restoration of the individual’s health through medical intervention”. El turismo médico se refiere al "viaje organizado fuera de la jurisdicción sanitaria natural para mejorar o restaurar la salud del individuo mediante una intervención médica".
A Conceptual Model of Medical Tourism: Implications for Future Research (Heung, Kucukusta, & Song, 2010)	Medical tourism may be defined as an economic activity based on integrated services provided by two sectors, i.e. medical and tourism.

	El turismo médico puede definirse como una actividad económica basada en servicios integrados prestados por dos sectores, el médico y el turístico.
--	---

Fuente: Elaboración propia a partir de diversos autores.

En conclusión, la exportación de servicios de salud es una actividad económica categorizada en la modalidad 2 de exportación de servicios de acuerdo con el AGCS de la OMC, en la que un paciente viaja a un país diferente a su país de residencia a recibir cualquier tipo de servicio de salud ya sea un tratamiento curativo, preventivo, estético o servicios de bienestar. El principal motivo del viaje es médico y no turístico.

Motivaciones para el Turismo de Salud

Los motivos por los que un paciente viajaría a otro país a recibir un tratamiento médico son diversos, sin embargo, los cuatro factores principales identificados que contribuyen a la toma de ésta decisión son:

- 1) Los altos precios de los servicios médicos en su país de residencia → Las personas viajan buscando una opción más económica.
- 2) La baja calidad de los servicios médicos en su país de residencia → Las personas viajan buscando una opción más avanzada, que contribuya a la recuperación del paciente, centros médicos que cuenten con más tecnología.
- 3) La no disponibilidad de servicios médicos especializados en su país de residencia → Los pacientes viajan porque en su país no cuentan con los recursos tecnológicos o humanos necesarios para ofrecer un tratamiento al paciente.
- 4) La demora en la prestación de los servicios en sus países → Sí se cuenta con el servicio en el país de origen del paciente pero los pacientes viajan pensando en acortar los largos tiempos de espera que les dan.

Adicionalmente, en el estudio *Americans' intention to visit Cuba as a medical tourism destination: A destination and country image perspective* realizado por Chaulagain, Farboudi Jahromi, & Fu (2021) se identifican otros factores relacionados principalmente con la imagen del país y el destino, que contribuyen en la elección del lugar en donde el paciente va a realizarse su tratamiento médico.

Uno de los artículos consultados más recientes "Identification of Factors for the Development of Medical Tourism in the World" de Vovk, Beztelesna, & Pliashko (2021), tiene como objetivo estudiar la relación de los destinos de turismo médico con el turismo internacional, el desarrollo económico de los países receptores, el desarrollo de los sistemas sanitarios nacionales y las características institucionales de su entorno, en términos de protección de los derechos y libertades tanto de las empresas como de los ciudadanos. Para el desarrollo de este estudio, los autores utilizaron métodos de agrupación, análisis de correlación y regresión. El estudio mencionado, también señala algunas de las motivaciones principales de los turistas de salud para viajar al exterior para recibir servicios médicos, dentro de las que se encuentran los siguientes:

1. *Comerciales*: Bajos costos de los servicios de salud en países en desarrollo, así como la combinación del turismo de salud con el turismo tradicional.
2. *Cualitativas*: Tecnología moderna, expectativa de cuidado y servicios médicos más calificados, enfoque en el reconocimiento del médico seleccionado.
3. *Sociales*: Relacionado con los altos costos que deben asumir los pacientes en su país de origen y la no disponibilidad de los servicios.
4. *Personales*: Enfocado en la confidencialidad, así como en experiencias personales o de otras personas que han sido tratadas en el exterior.

Al mismo tiempo, el informe sobre el sector salud presentado por ProColombia (2020) enuncia algunas de las principales razones por las cuales una persona pensaría en viajar al exterior a obtener servicios de salud, dentro de éstas se destacan las siguientes:

- *Norte América*: Altos costos de la medicina a nivel interno, población sub asegurada o no asegurada.
- *Caribe*: Bajos niveles de tecnología médica, baja capacidad asistencial, falta de especialidades y subespecialidades médicas.
- *Sur América*: Prolongados tiempos de espera, falta de especialidades médicas, congestión del sistema de salud público.

Destino

En el estudio mencionado previamente: *Americans' intention to visit Cuba as a medical tourism destination: A destination and country image perspective* realizado por Chaulagain, et al (2021), se escogió a Cuba como destino al que los estadounidenses van a realizarse tratamientos médicos debido a la mala relación política histórica entre estos dos países, en la que se han presentado una gran cantidad de restricciones para viajar desde y hacia la isla. Se examinaron los efectos de la imagen de país y de destino de Cuba, así como el costo y la calidad percibidos de los servicios médicos, sobre la intención de visitar este destino.

Los resultados del estudio *“mostraron que la imagen del país y la calidad percibida de los servicios de turismo médico tuvieron la mayor influencia positiva en cuanto a la intención de los estadounidenses de viajar a Cuba con fines médicos. El estudio también apoyó el efecto positivo de la imagen del destino y el efecto negativo de los costes percibidos de los servicios de turismo médico en la intención de visitar Cuba. Por último, los resultados del estudio revelaron que cuanto mejor sea la imagen del país y del destino de Cuba, menor será el coste percibido y mayor será la calidad percibida de sus servicios de turismo médico”* (Chaulagain, Farboudi Jahromi, & Fu, 2021).

Teniendo esto en cuenta, se evidencia una necesidad importante para los países que quieren posicionarse como destino de turismo médico, de fortalecer la imagen de país y destino. Es por esto que las entidades de promoción de los países como ProColombia y los gobiernos locales juegan un papel fundamental para este sector. En el caso puntual de Bucaramanga, se evidencia en visitas internacionales que es un destino poco conocido en el exterior que es ocasionado en parte por la baja conectividad de la ciudad con destinos internacionales, pues actualmente sólo cuenta con 2 rutas internacionales: Ciudad de Panamá y Ft. Lauderdale, Estados Unidos, mientras que otras ciudades, omitiendo a Bogotá, cuentan con muchas más rutas internacionales actualmente: Medellín → 13 rutas internacionales; Cali → 11 rutas internacionales; Barranquilla → 4 rutas internacionales.

Flujos Migratorios de Extranjeros

A continuación, se presenta información tomada de Migración Colombia, en la que se reflejan los flujos migratorios de extranjeros para los años de 2017 a 2021 y algunos de los meses del 2022:

Tabla 2: Detalle de Flujos Migratorios – Llegada de turistas extranjeros a Colombia

Flujos Migratorios Migración Colombia	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	AGOSTO 2022
TOTAL TURISTAS LLEGANDO A COLOMBIA	3.344.816	4.151.565	3.987.445	1.000.560	1.522.129	2.200.915
# de Turistas por: Tratamiento Médico COLOMBIA	18.195	23.735	23.847	7.762	16.655	12.013
# de Turistas por: Tratamiento Médico SANTANDER (Bga + Floridablanca)	858	887	1.008	273	490	372

Fuente: Elaboración propia a partir de información de Flujos Migratorios – Migración Colombia 2017 a 2022 (Migración Colombia, 2022).

De acuerdo con la información que se observa en la tabla anterior donde se encuentran las cifras de turistas extranjeros que llegan a Colombia, se puede deducir que el porcentaje que ingresa por motivo de tratamientos médicos ha sido durante los últimos años del 0,7% en promedio, es decir, anualmente llegan a Colombia 18.039 extranjeros con el fin de realizar algún tratamiento médico.

Sumado a esto, es importante mencionar que, en términos globales un turista de salud puede llegar a gastar más que un turista tradicional. De acuerdo con un artículo digital de la Revista Portafolio, se comenta que en promedio un turista extranjero gasta 1.739 USD durante su visita a Colombia (Portafolio, 2019) y está aproximadamente 13 días en el país. Por otro lado, un turista de salud debe incurrir en más gastos que un turista tradicional, únicamente incluyendo los costos del tratamiento médico que viene a realizarse se incrementa considerablemente el valor promedio del gasto. Adicionalmente, en el caso de los turistas de salud deben tenerse en cuenta los lineamientos de la Aeronáutica Civil establecidos en la *Guía Práctica Autorización de Vuelos para Pasajeros en Condiciones Médicas Especiales* (Civil, 2016) en la que se señalan los días que un paciente debe esperar después de ser sometido a una intervención médica para poder volar.

No todos los servicios tienen restricciones al momento de tomar un vuelo para regresar al lugar de origen, por mencionar algunos ejemplos, un chequeo médico ejecutivo que puede costar alrededor de 1.000 USD, o la cirugía oftalmológica lasik que cuesta aproximadamente 2.000 USD, y estos pacientes no tienen ninguna contraindicación médica para permanecer más tiempo en el país. Por otro lado, las siguientes cirugías sí tienen restricciones en vuelos: Los reemplazos articulares que están alrededor de los 5.000 USD deben esperar entre 7 y 14 días para poder volar, las cirugías cardíacas menos costosas valen aproximadamente 15.000 USD y estos pacientes deben permanecer alrededor de 10 días en el país, además de ser sometidos a una valoración médica por sanidad aeroportuaria para autorizar su viaje; los pacientes de cirugías

bariátricas que están entre 4.000 y 10.000 USD dependiendo del tipo de cirugía que requiera el paciente, quienes deben permanecer entre 10 y 14 días en el país posterior a su intervención quirúrgica.

Barreras al Turismo de Salud

Por otro lado, se pueden presentar barreras para el turismo de salud. Algunas de ellas se describen en el artículo de Momeni, Janati, Imani, & Khodayari-Zarnaq (2018), titulado “Barriers to the development of medical tourism in East Azerbaijan province, T Iran: A qualitative study”, el cual tuvo como objetivo determinar los factores que impiden el desarrollo del turismo médico en la provincia de Azerbaiyán Oriental, en Irán. En este estudio, los datos fueron obtenidos por los investigadores a partir de entrevistas con 16 informantes involucrados en dicho sector, y el análisis de los datos obtenidos se llevó a cabo mediante el empleo del software “MAXQDA-12”.

Los resultados obtenidos en el estudio de Momeni, Janati, Imani, & Khodayari-Zarnaq (2018), muestran que el mercadeo, las cuestiones internacionales, la cultura, la transferencia, la intermediación, la gestión y los problemas políticos son las principales barreras para el desarrollo del turismo médico en Azerbaiyán Oriental, las cuales son muy similares a las encontradas en estudios sobre éste mismo tema realizados en países como India y Turquía.

A continuación, se mencionan algunas de las barreras expuestas por Momeni, Janati, Imani, & Khodayari-Zarnaq (2018), consideradas las más acordes al contexto de esta investigación y que aplican al contexto colombiano, junto con las propuestas de mejora que mencionan los autores:

- *Mercadeo*: Contar con agentes/ejecutivos comerciales en el país de origen del paciente para facilitar la remisión al centro médico en el exterior. Adicionalmente, mencionan la importancia de dar a conocer a la ciudad o país por una especialidad específica en la que se cuente con una amplia experiencia y excelentes resultados clínicos.
- *Internacional*: Entender que los tiempos del paciente internacional deben ser diferentes a los de un paciente local, pues el paciente internacional está incurriendo en gastos

adicionales al estar fuera de su país como lo son el hospedaje, el transporte, la alimentación, entre otros. Mencionan la importancia de “no hacer al paciente perder el tiempo”.

- *Cultura*: Los autores mencionan que lo que más valoran los pacientes internacionales al estar en otro país es la moralidad y la cultura social, dicho de otra manera, la calidez y amabilidad de las personas en el país que están visitando, por lo que se debe trabajar con toda la comunidad para recibir a los turistas positivamente.
- *Idioma y Comunicación*: Es fundamental tener en cuenta el bilingüismo, pues en la mayoría de los casos, el personal que trata con los pacientes internacionales (personal de salud, administrativo, financiero, transporte, hotelería, entre otros) no habla inglés u otros idiomas, por lo que no pueden atender satisfactoriamente las solicitudes.
- *Hospitales y Centros Médicos*: En este punto se encuentran 4 situaciones importantes:
 - Fomentar que las clínicas sean acreditadas bajo estándares internacionales de calidad y seguridad del paciente.
 - Estandarizar y hacer públicos los precios de los estudios y procedimientos.
 - Contar con capacidad instalada para recibir a los pacientes internacionales.
 - Establecer políticas para realizar seguimiento post egreso.
- *Transferencias*: La facilitación en cuanto a pagos internacionales es fundamental, contar con una plataforma de pago en línea y disminuir los costos de estas transferencias o pagos internacionales. Adicionalmente, es vital el fortalecimiento de la conectividad aérea, pues esto, además de reducir los tiempos y cantidad de conexiones, también reduce costos a los viajeros.
- *Intermediación*: Se resalta el abuso en los cobros a los pacientes extranjeros en todo ámbito, servicios médicos más costosos e inseguros, así como el transporte y el hospedaje. Para minimizar estos riesgos, los autores proponen la creación de agencias especializadas en turismo médico que se encarguen de organizar todo para el paciente y

su acompañante, evitando tanta intermediación, y disminuyendo así los altos costos adicionales y la inseguridad.

- *Estructural:* Los autores mencionan la existencia y fortalecimiento de la infraestructura turística, entre esos el mejoramiento de la infraestructura hotelera con la construcción de hoteles de 4-5 estrellas, facilitar el cambio de monedas, establecer un listado de precios en restaurantes, supermercados, transporte para evitar cobrar dependiendo de la persona que vaya a adquirir el producto o servicio, y fortalecer los programas de formación en turismo.
- *Gerencial:* Debe existir una hoja de ruta clara y exclusiva para el fortalecimiento del turismo de salud, pues las actividades aleatorias o por prueba y error no funcionan, debe existir una estrategia clara sobre a dónde se quiere llegar y cómo se va a llegar.
- *Políticas:* El sector privado no cuenta con un apoyo adecuado del sector público, por lo que los autores mencionan que éste último debe involucrarse para conocer el estado real del turismo médico y así crear nuevas políticas, actualizándolas constantemente de acuerdo con las evidencias y necesidades del mercado.

Más adelante en el desarrollo de la investigación se expondrán las barreras encontradas que impiden la internacionalización y exportación de los servicios de salud desde Bucaramanga y su área metropolitana.

3. Metodología

3.1. Características metodológicas

Para realizar la presente investigación se considerará una **metodología analítica**, con un enfoque cualitativo por medio de la realización de entrevistas a personas clave del sector salud, dentro de las que se encuentra:

- *Juan Felipe Santos* – Coordinador de la Cámara de Instituciones para el Cuidado de la Salud y de la Cámara de Aseguramiento en salud de la ANDI.

Esta entrevista se enfoca en el conocimiento desde la parte institucional de las políticas públicas que aportan a la exportación de servicios de salud en el país, las barreras que encuentran como institución a la hora de presentar a Colombia como líder en salud, temas puntuales para el fortalecimiento de la exportación de servicios de salud desde Colombia. Esta entrevista brinda información general sobre el tema a nivel nacional.

- *Elizabeth Ziemba* – Presidenta y fundadora de *Medical Tourism Training*, y directora regional para Temos International Healthcare Accreditation (Estados Unidos, Caribe, Mexico y América Latina).

Esta entrevista está dirigida a revisar el panorama internacional del turismo de salud postpandemia y entender si el destino o ciudad en donde están ubicados los hospitales que quieren atraer pacientes internacionales es realmente importante o hay otros factores que influyen más en la toma de la decisión.

4. Resultados

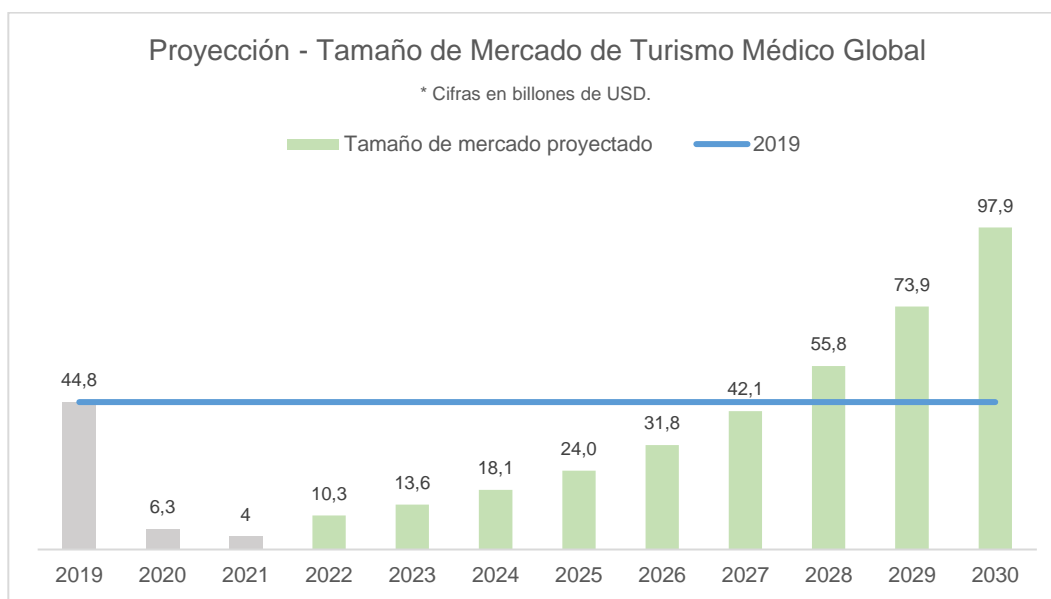
4.1. Caracterización del sector

Cifras de exportación de servicios de salud a nivel global

Como se menciona anteriormente, el sector de servicios es el sector de más rápido crecimiento en exportaciones a nivel mundial desde hace varios años, y precisamente por esta razón surgió la necesidad de regularlo por medio del Acuerdo General de Comercio de Servicios de la OMC. Este comportamiento creciente se refleja igualmente en el turismo de salud a nivel mundial, teniendo en años previos a la pandemia una proyección para el 2027 de llegar a unas ventas globales de 207,9 billones de dólares, lo cual representa un crecimiento total del 364% en 8 años, a una tasa de crecimiento anual compuesta del 21%, teniendo en cuenta que el tamaño del mercado en 2019 era de 44,8 billones de dólares, de acuerdo con el *Medical tourism market size, Industry report, 2020 – 2027* (Grand View Research Inc., 2020).

Sin embargo, como era de esperarse, la pandemia causó un efecto negativo bastante fuerte al sector de turismo de salud y de acuerdo con el *Medical Tourism Market Size, Share & Trends Analysis Report By Treatment Type, By Service Provider, By Country, And Segment Forecasts, 2022 – 2030* (Grand View Research Inc., 2022), se espera que para 2022 el tamaño del mercado de turismo médico sea de 10,3 billones de USD, presentando un incremento del 158% con respecto al 2021. De acuerdo con las demás proyecciones presentadas en el informe actualizado, se espera que la tasa de crecimiento anual compuesta sea del 32,5%, esperando un tamaño de mercado de 97,9 billones de USD para el 2030. De lo anterior puede concluirse que se alcanzarían las cifras similares de tamaño del mercado de turismo de salud del 2019 para el 2027, con la tasa de crecimiento anual compuesta estimada.

Gráfica 1: Proyección – Tamaño de Mercado de Turismo Médico Global



Fuente: Elaboración propia con cifras proyectadas del *Medical Tourism Market Size, Share & Trends Analysis Report by Treatment Type, By Service Provider, By Country, And Segment Forecasts, 2022 – 2030* (Grand View Research Inc., 2022).

Medical Tourism es una entidad que se encarga de realizar estudios relacionados con el turismo médico, y de manera anual realiza un índice de los países líderes en el tema a nivel internacional, en el que miden el atractivo de cada país como destino de turismo médico, que consta de 3 dimensiones: país, industria y el personal e instalaciones médicas. En este índice se incluyen 46 países, y apenas el 22% (10 países) de ellos se encuentran en el continente americano y quien lidera el ranking es Canadá. La mayoría de los países del ranking son europeos y asiáticos, este último continente está tomando mucha de la participación del mercado de turismo de salud, no solo por la concentración de la población en el mismo, sino por ofrecer unos precios muy competitivos y procedimientos de la mejor calidad y seguridad para el paciente, que incluso muchos pacientes americanos y europeos deciden viajar a países como Singapur, India, Turquía y Tailandia en busca de tratamientos médicos.

Por otra parte, Colombia se encuentra a nivel global en el puesto 25 del ranking y en quinto lugar en América. Los demás países americanos que se encuentran en el ranking son, en orden: Canadá, Costa Rica, República Dominicana, Argentina, Brasil, Panamá, Jamaica, México y Guatemala.

En el informe del sector salud de ProColombia (2020), también se destacan algunas características de Colombia que permiten que se posicione como proveedor de servicios de salud de clase mundial, tales como: la experticia clínica, la alta calidad del entrenamiento médico, los sistemas de calidad que permiten que el país tenga a 23 hospitales dentro del Ranking de mejores Hospitales y Clínicas de Latinoamérica 2021 de la revista América Economía, gran especialización en procedimientos de alta complejidad, y la calidez y amabilidad de los profesionales en el país.

Dentro del último ranking publicado en diciembre del 2021, se observa que en el top 10 se encuentran 5 hospitales colombianos, lo cual es un indicador de la alta calidad de los servicios médicos y complejos hospitalarios que se encuentran en el país. A esto se suma que en el departamento de Santander se encuentra la Fundación Cardiovascular de Colombia en el puesto 6 del ranking a nivel global, y en el puesto 3 en Colombia. A continuación se presentan los 10 mejores hospitales de la región:

Tabla 3: Ranking de Mejores Hospitales en América Latina.

AméricaEconomía Intelligence

10 December 2021

Ranking Hospitales 2021			
RK 2021	INSTITUCIÓN	Pais	ÍNDICE FINAL 2021
+ 1	Hospital Israelita Albert Einstein	Brasil	95.73
+ 2	Clínica Alemana	Chile	83.11
+ 3	Hospital Italiano de Buenos Aires	Argentina	82.30
+ 4	Fundación Valle del Lili	Colombia	80.77
+ 5	Fundación Cardioinfantil - Inst. de Cardiología	Colombia	80.09
+ 6	Fundación Cardiovascular de Colombia	Colombia	78.87
+ 7	Centro Médico Imbanaco - Cali	Colombia	76.56
+ 8	Hospital Moinhos de Vento	Brasil	74.54
+ 9	Hospital Universitario Austral	Argentina	71.96
+ 10	Hospital Pablo Tobón Uribe	Colombia	70.66

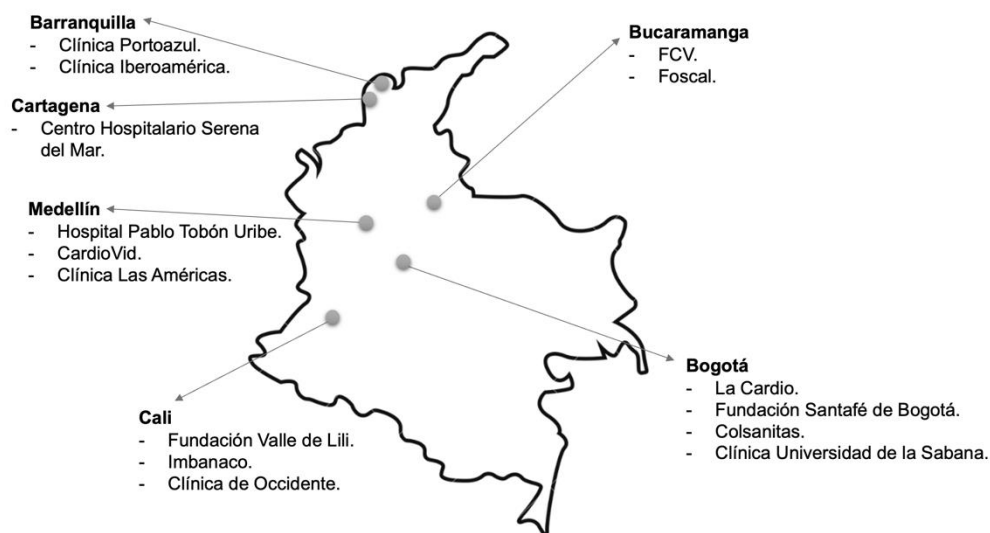
Fuente: Revista América Economía (América Economía Intelligence, 2021).

Teniendo en cuenta lo anterior, Colombia puede considerarse líder en el sector salud a nivel regional debido a su alta capacidad hospitalaria y disponibilidad de recurso humano para la prestación de servicios médicos. Cada vez hay más prestadores de servicios de salud en el país que buscan incursionar en el mercado internacional debido a que los pacientes o aseguradores internacionales generalmente ofrecen una cobertura mucho más completa que las nacionales y realizan los pagos de todo lo que necesite el paciente para su recuperación y en tiempos oportunos.

Hospitales exportadores de servicios de salud en Colombia

A continuación, se mencionan algunos de los hospitales en el país que están apostándole a la internacionalización desde hace varios años:

Gráfica 2: Mapa de hospitales en Colombia exportadores de servicios de salud.



Fuente: Elaboración propia.

- **Fundación Valle del Lili:** La FVL fue creada en 1982 gracias a las donaciones de empresas privadas, pues en la época no existía un hospital en la región con la capacidad de atender casos complejos, por lo que los pacientes tenían que ser enviados a otras ciudades del país a recibir sus tratamientos. La FVL está catalogado como el cuarto mejor hospital en América Latina y primero en Colombia. Está enfocado en la atención médica de mediana y alta complejidad. Actualmente tiene 5 sedes en Cali, contando con 680 camas, 20 quirófanos y 278 consultorios. Es uno de los hospitales más grandes del país, empleando a más de 7.000 colaboradores entre personal médico, asistencial, administrativo, de apoyo, entre otros.



Fuente: Página web de la Fundación Valle del Lili – Sede principal.

- **Fundación Cardioinfantil – La Cardio:** Es una entidad privada sin ánimo de lucro ubicada en Bogotá, creada en 1973 “con la misión de atender a niños colombianos de bajos recursos con problemas cardiovasculares, a través del cuidado y de atención médica de la más alta calidad” (Fundación Cardioinfantil - La Cardio, 2021). Como se menciona anteriormente, su enfoque principal es el tratamiento de enfermedades cardiovasculares y de alta complejidad. Fue acreditado por la Joint Commission International en 2014, y actualmente cuenta con aproximadamente 360 camas, 10 quirófanos y 4 salas de intervencionismo.



Fuente: Página web de la Fundación Cardioinfantil – La Cardio.

- **Clínica Imbanaco Grupo Quirónsalud:** Se encuentra ubicada en la ciudad de Cali y fue fundada en 1976 por un grupo de especialistas que querían ejercer su práctica privada. Imbanaco ha tenido un crecimiento constante desde su creación, actualmente está enfocada en la atención médica de alta complejidad y cuenta con 4 sedes en la ciudad, en las cuales tiene 350 camas, 17 quirófanos y aproximadamente 250 consultorios médicos para atender a sus pacientes nacionales e internacionales. Fue la quinta institución en el país acreditada por la Joint Commission International en el 2017. La Clínica Imbanaco pertenece al grupo español Quirónsalud desde el 2019.



Fuente: Página web de la Clínica Imbanaco Grupo Quirónsalud.

- **Hospital Pablo Tobón Uribe:** Es una entidad privada sin ánimo de lucro fundada en 1970, ubicada en la ciudad de Medellín. Es también un hospital universitario enfocado en brindar atención médica de alta complejidad. Fue acreditada por la Joint Commission International en 2015, y actualmente cuenta con 516 camas. Es quizá uno de los hospitales en Colombia que más pacientes internacionales recibe, con una cifra de 1.169 pacientes atendidos en 2021, cuando en promedio los demás recibían entre 300 y 400 pacientes ese mismo año.



Fuente: Página web del Hospital Pablo Tobón Uribe.

Hospitales exportadores de servicios de salud en Santander

A pesar de tener una amplia capacidad hospitalaria en el departamento, únicamente existen dos instituciones que ofrecen servicios de la más alta complejidad y que cuentan con oficinas de pacientes internacionales para brindar al paciente extranjero y su familia el servicio, la asesoría y atención especializada que requieren. Estos son:

1. **Complejo Médico FCV – Fundación Cardiovascular de Colombia:** Se encuentra conformado por dos hospitales que son el *Instituto Cardiovascular* y el *Hospital Internacional de Colombia*, en los que se brinda atención integral a los pacientes nacionales e internacionales. Este complejo médico es una institución privada sin ánimo de lucro, fundada en 1986 en la ciudad de Bucaramanga. Cuenta con más de 35 años de experiencia en atención de pacientes y más de 15 años recibiendo y tratando pacientes internacionales procedentes de diversos lugares del mundo principalmente del Caribe y Suramérica. El Instituto Cardiovascular de la FCV fue el primer hospital en Colombia en recibir la acreditación internacional de seguridad del paciente, otorgada por la Joint Commission International en 2009 y actualmente se encuentra en el 6to lugar del ranking de mejores hospitales y en 2do lugar en Cardiología de la de Latinoamérica de acuerdo con la Revista América Economía (América Economía Intelligence, 2021). Actualmente, el complejo cuenta con 600 camas, de las cuales el 43% son unidades de cuidados intensivos.



ICV – Instituto Cardiovascular

Fuente: Página web de la FCV.



HIC – Hospital Internacional de Colombia

Fuente: Página web de la FCV.

- 2. Organización FOSCAL – Foscál Internacional:** Está conformado por 8 sedes a nivel regional, 2 de las cuales son hospitales de alta complejidad ubicados en el área metropolitana de Bucaramanga que prestan atención a pacientes nacionales e internacionales. Fue fundada en 1976 como una entidad privada de carácter fundacional. Cuenta con más de 45 años de experiencia, principalmente en oftalmología y oncología. Adicionalmente se encuentran certificados a nivel nacional por el ICONTEC y trabajando por obtener otros reconocimientos. Actualmente, cuentan con una capacidad instalada de 512 camas, de las cuales el 20% de ellas son unidades de cuidados intensivos.



FOSCAL

Fuente: Página web de la Organización Foscil.



Foscil Internacional

Fuente: Página web de la Organización Foscil.

Oficinas de Pacientes Internacionales

Como se puede observar, todos los hospitales mencionados previamente están enfocados principalmente en brindar atención médica de alta complejidad. Adicionalmente, todos cuentan con oficinas para pacientes internacionales, pues recibir a este tipo de paciente es completamente diferente a atender pacientes nacionales. Las oficinas de pacientes internacionales sirven para centralizar la atención de estos clientes, quienes tienen requerimientos especiales además de la atención médica que se les brinda en las clínicas, como

el idioma, hospedaje, entre otros. A continuación, se enuncian las características y servicios comunes que tienen estas oficinas:

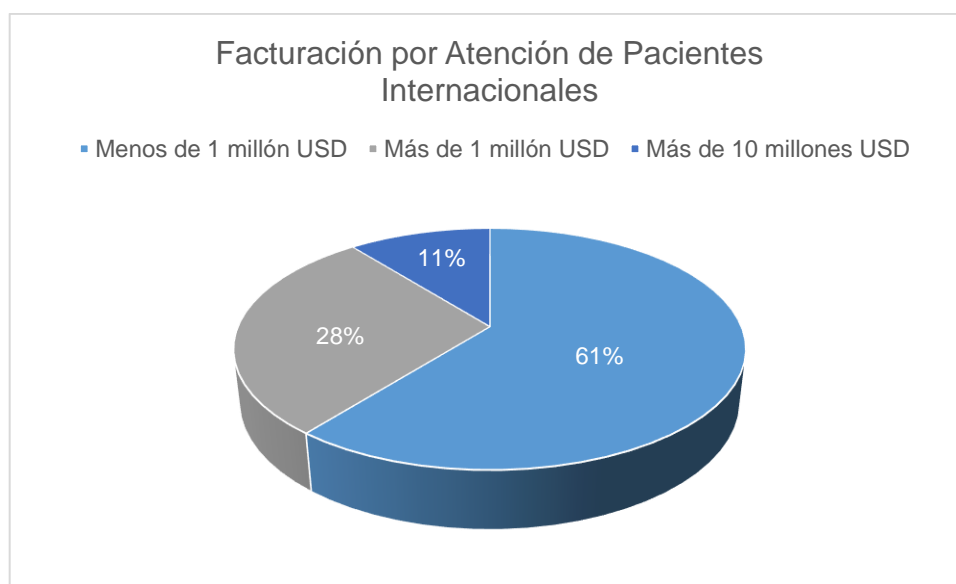
- Espacio diferencial dentro del hospital: Salas exclusivas para los pacientes internacionales en donde encontrarán al equipo encargado de apoyarlo.
- Personal bilingüe: Generalmente en inglés, sin embargo, en la mayoría de los hospitales existe la posibilidad de conseguir interpretes en caso de que el paciente no hable español o inglés.
- Servicio de concierge / logístico: Uno de los servicios más importantes a la hora de planear un viaje al exterior. Se ofrece asesoría en temas de hospedaje cerca al hospital ajustado al presupuesto del paciente y su familia, transporte seguro en la ciudad, casas de cambio de divisas, opciones para lavar la ropa sobre todo cuando son pacientes de estancias prolongadas, entre otros servicios.
- Asesoría migratoria: Se asesora al paciente y su acompañante antes de su viaje en caso de que requiera visa o alguna documentación especial, y durante su estadía en Colombia pues en los casos de estancias prolongadas deben tramitarse permisos especiales o visas para mantener un estatus regular durante sus tratamientos.
- Agendamiento de citas: La oficina internacional se encarga de agendar las citas que el paciente requiera, sin que este deba comunicarse a otro teléfono de la clínica.
- Prioridad en la atención médica y acompañamiento personalizado.
- Envío de la historia clínica a la aseguradora del paciente y solicitud de autorizaciones para realizar estudios adicionales.
- Elaboración de presupuestos y seguimiento a las cuentas.
- Rondas médicas: Visita por parte del personal médico-asistencial a los pacientes que se encuentran hospitalizados, esto como parte de una labor de auditoría y validación de que los servicios se realicen con la mayor agilidad posible.

- Ambulancia aérea: Coordinación del traslado aéreo desde el país de procedencia del paciente a la ciudad en la que se encuentra la clínica seleccionada por el paciente internacional o su familia en casos críticos.

Cifras de exportación de servicios de salud en Colombia

De acuerdo con una encuesta sobre Turismo de Salud realizada por ProColombia con 23 prestadores de servicios de turismo de salud en el país, se observó que el 61% de las empresas encuestadas facturan por la atención de pacientes internacionales menos de 1 millón USD al año, el 28% factura más de 1 millón USD por año y únicamente el 11%, es decir, tres de las entidades que participaron en la encuesta facturan más de 10 millones de USD por año (ProColombia, 2022).

Gráfica 3: Facturación por Atención de Pacientes Internacionales



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Encuesta Turismo de Salud 2022 de ProColombia.

Por otro lado, en esta encuesta también se detallan los principales destinos de los cuales llegan pacientes internacionales a Colombia para recibir tratamientos médicos. De acuerdo con los

datos, los pacientes llegan desde más de 25 destinos, sin embargo, el 83% de estos se encuentra concentrado en 7 regiones, así:

Tabla 4: Destino de procedencia de los pacientes internacionales en Colombia.

Destino	Participación de pacientes internacionales
Estados Unidos	21%
Venezuela	11%
Curazao	10%
Ecuador	9%
Panamá	9%
Aruba	5%
<i>*Otras islas del Caribe</i>	<i>18%</i>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Encuesta Turismo de Salud 2022 de ProColombia.

De acuerdo con el informe publicado por ProColombia (2020) sobre el Sector Salud, en el cual se presenta una caracterización del sector en Colombia y se hace énfasis en la exportación de servicios de salud, se evidencia un incremento anual promedio del 20% del valor de las exportaciones de servicios de salud desde el 2015 al 2019. Asimismo, se presentó un incremento anual promedio en el número de pacientes internacionales del 22% durante el mismo periodo de tiempo. A pesar de que las cifras presentadas por ProColombia y el DANE en cuanto a exportación de servicios de salud es diferente, en ambas se evidencia la tendencia al alza hasta el año 2019.

En las cifras presentadas por el DANE (2022) en la información recopilada en la Muestra Trimestral de Comercio Exterior de Servicios – MTCES (Ver gráfica 2), también se evidencia la tendencia al alza en la exportación de servicios de salud hasta el año 2019. Posteriormente, se presenta un decrecimiento generalizado del 53% (2019 Vs. 2020) debido al impacto generado por la pandemia presentada por COVID-19, dentro de lo que se resalta principalmente el cierre

de las fronteras marítimas, terrestres y aéreas del país, y por ende el cese completo de la llegada de pacientes internacionales a Colombia, pues durante los primeros meses de la pandemia ni siquiera estaban permitidos los traslados en avión ambulancia de casos de emergencia considerados humanitarios. Por otro lado, cuando el gobierno nacional reabrió las fronteras, las frecuencias aéreas disminuyeron y se generaron diversas restricciones para los viajeros internacionales (exigencia de carnés de vacunación, pruebas de COVID, aislamiento al llegar al destino, entre otras), lo que genera un sobrecosto para el paciente y su asegurador.

Gráfica 4: Exportación de Servicios de Salud en Colombia 2013 – 2021



Fuente: Elaboración propia a partir de las cifras presentadas por el DANE en la Muestra Trimestral de Comercio Exterior de Servicios – MTCES 2022.

En la gráfica 3, se puede observar el valor de las exportaciones de servicios de salud con mayor detalle, desglosado de manera trimestral. En ella se observa que los dos últimos trimestres del 2019 han sido los periodos en los que se han presentado los valores de exportación de servicios de salud en Colombia más altos de los últimos 9 años, es decir, coincide con la tendencia alcista que venía presentándose en el sector de acuerdo con ProColombia (2020); el tercer trimestre de

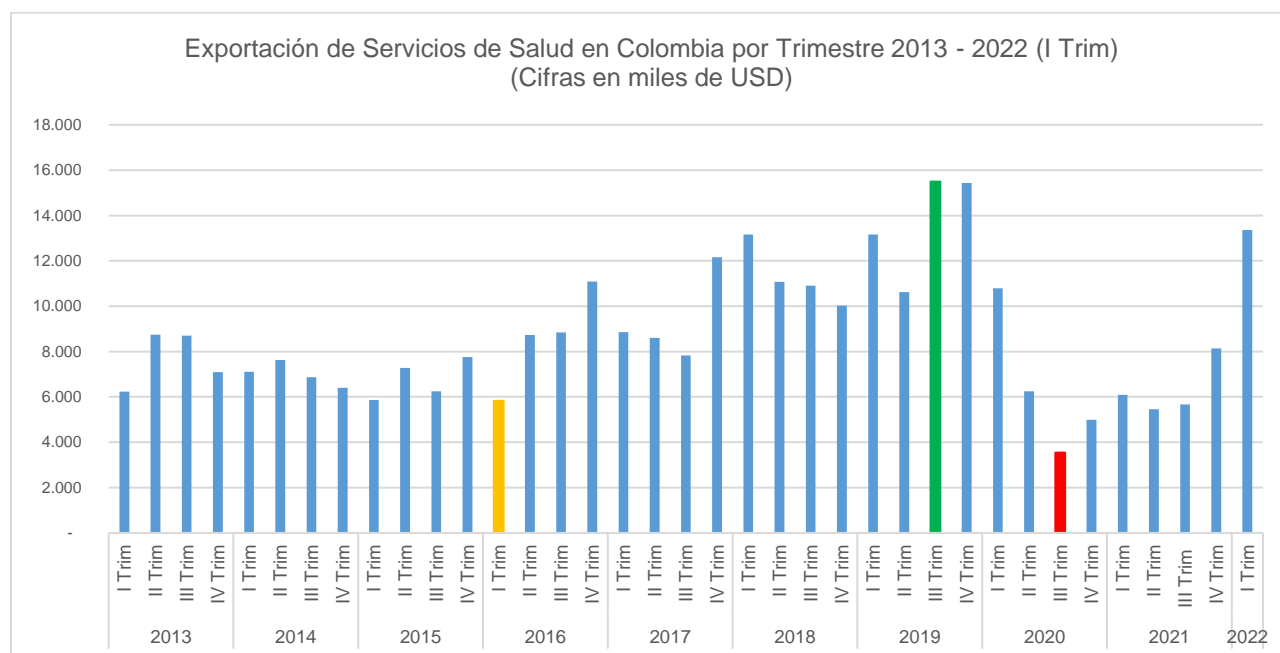
2019, que se encuentra en color verde presenta el valor más alto con un poco más de 15 millones de dólares.

Aproximadamente a mediados de marzo de 2020 se cierran completamente las fronteras terrestres, marítimas y aéreas en Colombia, y a nivel mundial se ve el impacto del inicio de la pandemia en todos los viajes internacionales y por ende en el comercio internacional de servicios turísticos y de salud. Para el segundo trimestre quedaban en Colombia algunos de los pacientes con tratamientos de larga estancia que llegaron antes del cierre de fronteras, o aquellos que no habían podido salir de Colombia y regresar a su país de origen pues las fronteras seguían cerradas y no estaba permitido ningún tipo de vuelo.

Durante la mayor parte del tercer trimestre del 2020 las fronteras se mantuvieron cerradas, sin embargo, se permite la realización de algunos vuelos privados de repatriación organizados entre gobiernos, en los que muchos de los pacientes que habían tenido que quedarse en Colombia, pudieron regresar a sus países. Finalmente, después de casi 6 meses, el 21 de septiembre del 2020 se realiza el primer vuelo comercial internacional, sin embargo, seguía existiendo pánico con relación a los viajes que no eran estrictamente necesarios, por lo que aún era muy limitada la llegada de pacientes a Colombia para realizarse tratamientos médicos incluso durante el último trimestre del año.

Finalmente, para el primer trimestre del 2022 se ve una evidente recuperación de las cifras de exportación de servicios de salud en Colombia, alcanzando niveles un poco por encima de los del primer trimestre del 2019 en donde se presentaba un libre tránsito de los pacientes internacionales previo a la pandemia por COVID-19.

Gráfica 5: Exportación de Servicios de Salud en Colombia por Trimestre 2012 – 2022 (I Trimestre)



Fuente: Elaboración propia a partir de las cifras presentadas por el DANE en la Muestra Trimestral de Comercio Exterior de Servicios – MTCES 2022.

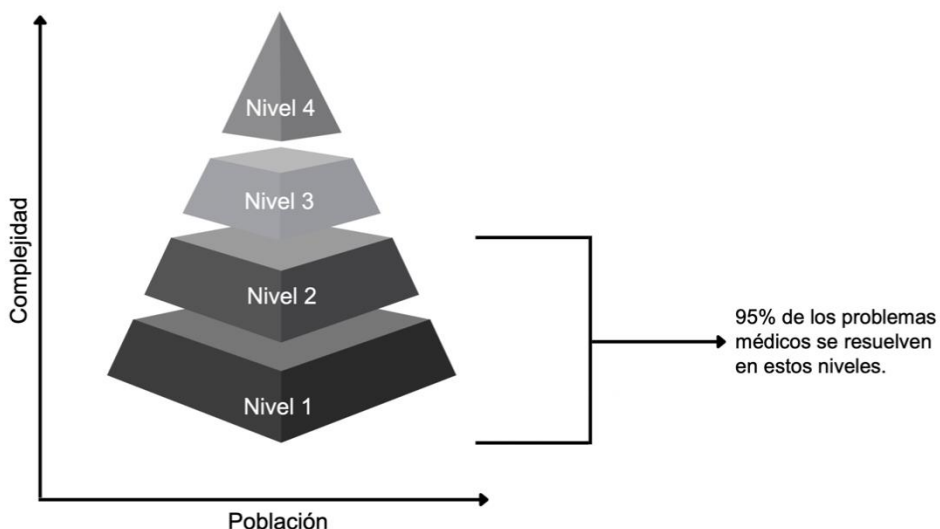
Actualmente, no existen cifras disponibles detalladas por ciudad o departamento, sin embargo, se ha visto la necesidad de recopilarlas pues es la forma de saber si las actividades y estrategias que se llevan a cabo están logrando incrementar el valor de las exportaciones. Es por esto que desde la Cámara de Comercio de Bucaramanga se construyó la “Encuesta de Servicios” con la cual se pretende “medir el grado de las exportaciones de servicios en el departamento de Santander teniendo en cuenta a sus unidades productivas como principales protagonistas” (Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2022), dentro de la cual se encuentran priorizadas las exportaciones de servicios de salud del departamento de Santander.

Niveles de Atención en Salud

A nivel mundial, la salud consta de diferentes niveles de atención o complejidad, las cuales dependen de diversas variables, como la disponibilidad de recursos, tecnologías y médicos

especializados. A continuación, se explica en qué consiste cada uno de los 4 niveles de atención en salud:

Gráfica 6: Niveles de Atención en Salud.



Fuente: Elaboración propia.

Primer nivel → También conocido como APS – Atención Primaria de Salud. Este es el nivel de mayor cobertura poblacional, con menor complejidad en la atención. Es considerado como la base del sistema de salud o la piedra angular de un sistema de salud sostenible, que de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (Atención primaria de salud, 2021) “permitirá lograr la cobertura sanitaria universal, los Objetivos de Desarrollo Sostenible que se relacionan con salud y la seguridad sanitaria”. Este primer nivel de atención se caracteriza por prestar atención ambulatoria, con médicos generales, en la que se pueden realizar diagnósticos tempranos. Adicionalmente, se incluyen los programas de promoción y prevención en salud.

Segundo nivel → Son conocidos como hospitales de mediana complejidad, en los que se prestan servicios de algunas especialidades básicas como medicina interna, ginecología y obstetricia, cirugía general y pediatría. En este nivel de complejidad ya se prestan servicios de imagenología y laboratorio clínico básicos, además de la posibilidad de hospitalizar pacientes y

un servicio de urgencias las 24 horas. De acuerdo con una publicación de la revista uruguaya Archivos de Medicina Interna (Julio, Vacarezza, Álvarez, & Sosa, 2011), el 95% de los problemas de salud de la población son resueltos en el primer y segundo nivel de atención en salud.

Tercer y cuarto nivel → Son los niveles de más alta complejidad de atención, especialización y tecnología, por ende, los de menor nivel de cobertura pues únicamente el 5% de la población llega a requerir de estos niveles de complejidad en la atención. Estos niveles de atención se caracterizan por tener salas de cirugía, unidades de cuidados intensivos, equipos y medios de diagnósticos especializados, contar con especialistas y subespecialistas para el manejo de enfermedades complejas de corazón, riñón, pulmón, cerebro, entre otras. Adicionalmente, tienen énfasis en investigaciones clínicas y formación de personal de la salud.

Para el contexto de esta investigación, se tendrá un enfoque en el tercer y cuarto nivel de atención, pues generalmente cuando un paciente decide ir a otro país a tratarse lo hará buscando tratamientos complejos, que de acuerdo con el artículo *Americans' intention to visit Cuba as a medical tourism destination: A destination and country image perspective* (Chaulagain, Farboudi Jahromi, & Fu, 2021), no se encuentran disponibles en el país de origen del paciente o es muy difícil y costoso acceder a éstos.

Portafolio de Servicios de Salud

Como se menciona anteriormente, en Colombia existen diversas instituciones que ofrecen servicios de la más alta calidad y especialización, con un amplio portafolio de servicios de diferentes especialidades tanto para pacientes adultos como pediátricos, como: Cardiología, hemodinamia, cirugía cardiovascular, electrofisiología, cirugía vascular, nefrología, perinatología, ginecología y obstetricia, neonatología, oncología, hematología, radioterapia, oftalmología, urología, ortopedia, neurología, neurocirugía, cirugía hepatobiliar, entre muchas otras.

***¿Qué servicios no se pueden incluir en la oferta internacional?**

Como se menciona antes, en Colombia se prestan la mayoría de los servicios de salud a la población extranjera, sin embargo, hay un servicio en particular que por legislación colombiana se encuentra muy restringido y regulado. Este es el trasplante de órganos. Como se indica en el Artículo 10 de la Ley 1805 de 2016: “POR MEDIO DE LA CUAL SE MODIFICAN LA LEY 73 DE 1988 Y LA LEY 919 DE 2004 EN MATERIA DE DONACIÓN DE COMPONENTES ANATÓMICOS Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”, *“se prohíbe la prestación de servicios de trasplante de órganos y tejidos a extranjeros no residentes en el territorio nacional, salvo que el receptor sea cónyuge o compañero permanente, pariente en cuarto grado de consanguinidad, segundo de afinidad o primero civil, del donante”*.

De acuerdo con lo anterior, los únicos trasplantes que podían realizarse a pacientes extranjeros son en los cuales el donante sea vivo y relacionado del receptor, es decir, trasplantes de riñón, de hígado y de médula ósea.

Adicionalmente, en el Artículo 10 de la Ley 1805 de 2016 también se menciona que: *El Ministerio de Salud podrá autorizar de manera transitoria los trasplantes a extranjeros no residentes cuando se compruebe debidamente que los tejidos disponibles son suficientes para cubrir la demanda interna. En todo caso los nacionales y los extranjeros residentes tendrán prelación*. Sin embargo, esta no es una opción real para los pacientes extranjeros, puesto que las cifras de pacientes colombianos que requieren este tipo de intervenciones supera en gran medida la disponibilidad de órganos en el país, y como se menciona anteriormente, los ciudadanos colombianos tendrán siempre prelación sobre los extranjeros.

Comparativo entre Colombia y otros países exportadores de servicios de salud

A continuación, se presentan en la Tabla 5: Comparativo de países exportadores de salud diferentes variables y aspectos importantes para comparar la situación actual con relación a la exportación de servicios de salud con 3 países que son mundialmente reconocidos por su trabajo

en este tema. Los países seleccionados para realizar el comparativo son Colombia, Costa Rica, Tailandia y Turquía. Dentro de los aspectos que se destacan se encuentran los siguientes:

Los precios y su porcentaje de ahorro en comparación con Estados Unidos son importante para cualquier pagador, tanto para las personas que viajan a tratarse en otro país y pagan por su cuenta, como para las aseguradoras privadas y públicas que tienen poblaciones más amplias de pacientes y necesitan tener una buena relación costo beneficio. Lo que se observa al comparar los precios de estos 4 países con Estados Unidos en cirugías de corazón como un bypass coronario y cirugía de ortopedia como un reemplazo de rodilla, es que, en cualquiera de los países seleccionados el porcentaje de ahorro es usualmente de más del 50% y casi hasta un 80%, lo que implica un ahorro significativo para quien debe pagar por este tipo de servicios. Con relación a esto, no es solo importante que se presenten ahorros significativos, sino que la calidad sea comparable.

Por otro lado, la importancia del bilingüismo o la posibilidad para el paciente de encontrar a alguien que hable su mismo idioma es relativa, pues depende del idioma del país al que viajará y de el/los idiomas que hable el paciente. Sin embargo, en los 4 países comparados, se observó que generalmente en los hospitales enfocados en atraer pacientes extranjeros se cuenta con departamentos internacionales y personal bilingüe para asistir a todas las personas sin que existan barreras idiomáticas.

Otro aspecto fundamental es el apoyo del gobierno en cuanto a la facilitación de la prestación del servicio e incentivos a los viajeros en busca de tratamientos médicos para que seleccionen el destino entre muchas opciones disponibles a nivel mundial. Se observó que, en Costa Rica, Tailandia y Turquía, el gobierno tiene influencia e interés sobre este sector, que se evidencia en las políticas públicas que contribuyen a la formalización y apoyo al mismo. Por ejemplo, Costa Rica se encuentra en proceso de aprobación final de la *Ley para la promoción y fomento de servicios de turismo de salud*, en Tailandia se está trabajando en constituir formalmente el sector

de turismo médico, y en Turquía este sector es una de las prioridades del Ministerio de Salud para implementar planes estratégicos que contribuyan al crecimiento del sector, incluso cuentan con estadísticas claras y separadas del turismo tradicional; en Turquía también se observan diferentes incentivos de otros sectores que contribuyen a que los pacientes tengan una mejor experiencia y se fomente la llegada de pacientes al país. Por ejemplo Turkish Airlines otorga el 50% de descuento a aquellos viajeros que certifiquen que viajan al país para realizarse un tratamiento médico, y cuentan también con tarifas preferenciales en diferentes hoteles.

Para finalizar, se observa que la posición en el Medical Tourism Ranking no lo es todo cuando se habla de atracción y tamaño del mercado de pacientes internacionales. En el caso de Turquía, se encuentra en la posición # 30, pero de los 4 países seleccionados en el comparativo es el que más cantidad de pacientes atrajo y que tiene ventas más altas que los demás, lo que podría deberse en este caso puntual a la calidad de sus tratamientos médicos y el apoyo gubernamental que tiene el sector en este país.

Adicionalmente, algo que hace que Turquía reciba una gran cantidad de pacientes internacionales es que los tratamientos médicos en los que está enfocado, a diferencia de los demás países del comparativo, son de carácter electivo y generalmente estéticos. Los otros 3 países se encuentran enfocados en otro tipo de público, que son los que buscan tratamientos médicos de mediana o alta complejidad, que son una menor cantidad de población y que implican mayores costos y tiempos de estancia para los pacientes.

Tabla 5: Comparativo de países exportadores de salud

	Variable	COLOMBIA	COSTA RICA	TAILANDIA	TURQUÍA
1	Posición en el Medical Tourism Ranking	25	7	17	30
2	Cantidad de turistas que llegan al país - 2021	1.522.129	1.347.055	428.000*	24.700.000
3	Cantidad de turistas que llegan por salud - 2021	16.655 personas	180.505 personas	No disponible	640.000 personas
4	Valor del mercado USD - 2019	DANE \$ 54.710.000	BLOOMBERG \$ 465.000.000	NIKKEI ASIA \$ 1.800.000.000	Turkish Statistical Institute \$1.650.000.000
5	Valor del mercado USD - 2021	DANE \$ 25.364.000	56 millones 2 primeros trimestres de 2021	No disponible	Turkish Statistical Institute \$1.490.000.000
6	Principal procedencia de pacientes (1 país/región)	PROCOLOMBIA Estados Unidos (21%)	BLOOMBERG Estados Unidos (80%)	No disponible	Turkish Statistical Institute Europa (62,5%)
7	Cantidad de hospitales con acreditación JCI	5	2	59	34
8	Valor de cirugía de bypass coronario	\$17.000	\$23.750	\$22.000	\$25.000
9	% de ahorro de cirugía de bypass coronario Vs. USA. Valor en USA: \$75.000 USD	-77%	-68%	-71%	-67%
10	Valor de reemplazo de rodilla.	\$8.000	\$15.750	\$11.500	\$8.900

11	% de ahorro de reemplazo de rodilla Vs. USA. <i>Valor en USA:</i> <i>\$30.000 USD</i>	-73%	-48%	-62%	-70%
12	¿Hay iniciativas gubernamentales para atraer el turismo de salud?	Es un sector poco conocido a nivel nacional, del cual aún se está aprendiendo.	Ley para la promoción y fomento de servicios de turismo de salud en Costa Rica - EN TRÁMITE	Se está trabajando en constituir formalmente el sector de turismo médico	El Ministerio de Salud prioriza el sector de turismo médico y lo incluye dentro de su plan estratégico, con el fin de implementar estrategias que contribuyan al crecimiento de este sector.

* El país estuvo cerrado hasta el 30 de junio de 2021. En 2019 recibieron 39,9 millones de turistas

Fuente: Elaboración propia

Dinámica de internacionalización en la región

Para finalizar, se describen los diferentes actores que promueven la internacionalización en Colombia y el departamento de Santander, que pueden contribuir también a la promoción de la exportación de servicios de salud:

- **Ministerio de Comercio, Industria y Turismo:** Es la entidad gubernamental encargada de fomentar el desarrollo económico y el crecimiento de la industria colombiana, así como la formalización de los negocios, el fomento de las exportaciones, entre otros. Tiene diferentes objetivos relacionados con el fortalecimiento de la industria, y específicamente sobre internacionalización busca el posicionamiento de la industria colombiana en el exterior, labor que realiza por medio de la generación de acuerdos comerciales internacionales y la promoción de las exportaciones por medio de la entidad aliada PROCOLOMBIA.
 - **PROCOLOMBIA:** Es la agencia de promoción del país encargada de promover el turismo, la inversión extranjera, las exportaciones no minero-energéticas y la imagen de Colombia en el exterior (PROCOLOMBIA, 2022). Por medio de actividades y estrategias asesora a exportadores en diferentes aspectos como la elaboración de agendas y misiones comerciales, consultorías para el fortalecimiento de las estrategias de internacionalización de las empresas, identificación de oportunidades comerciales o mercados potenciales, programas de formación relacionadas con la exportación, entre otras. Por otro lado, también brinda herramientas y asesoría para futuros exportadores.
 - **FONTUR – Fondo Nacional de Turismo:** Es un patrimonio autónomo, es decir, cuenta con recursos destinados a un objetivo específico, en este caso la aplicación y desarrollo de la política turística del Ministerio de Comercio, Industria

y Turismo. Estos recursos deben ser destinados exclusivamente a infraestructura, competitividad y promoción del turismo colombiano.

- ANDI – Asociación Nacional de Empresarios de Colombia: Es una agremiación sin ánimo de lucro de empresarios colombianos de diferentes sectores productivos que busca “difundir y propiciar los principios políticos, económicos y sociales de un sano sistema de libre empresa” (ANDI - Asociación Nacional de Empresarios de Colombia, 2022). La ANDI lidera diferentes iniciativas sectoriales, y la que compete a la exportación de servicios de salud es la Cámara de Instituciones para el Cuidado de la Salud quien actualmente se encuentra trabajando bajo los lineamientos del Proyecto Clase Mundial – Exportación de Servicios de Salud, el cual se ampliará más adelante.
- CCB – Cámara de Comercio de Bucaramanga: Es una entidad privada sin ánimo de lucro, de carácter corporativo y gremial que cumple con los lineamientos y servicios delegados por el Estado. Adicionalmente, trabaja por el desarrollo económico de la región (Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2022). Dentro de las áreas y programas que lidera la CCB, se encuentran algunos que impactan directamente a la exportación de servicios de salud:
 - GPS: Es el plan regional de internacionalización de la CCB enfocado al incremento de las exportaciones no minero-energéticas del departamento, con el fin de no depender de estas pues para el 2018 eran el 76,7% de las exportaciones totales del departamento. Con este programa se busca posicionar a Santander en el top 10 de los departamentos con mayores exportaciones no minero-energéticas del país e incrementar la inversión extranjera en el departamento.
 - Clúster de Salud: Integración de empresas del sector salud en Santander en la que se generan iniciativas para trabajar en conjunto por el desarrollo de la región. En el caso de la internacionalización de servicios de salud, se busca posicionar a Santander como un destino favorable en medicina de mediana y alta complejidad, para lograr la atracción de pacientes internacionales.

- Internacionalización – Programas 770: Por medio de estos programas, la CCB pone a disposición de los empresarios, que ya exportan bienes o servicios, recursos económicos y de consultoría para seguir consolidando las estrategias de internacionalización de sus empresas.

4.2. Políticas Sectoriales

Objetivo específico 2: Analizar las políticas sectoriales establecidas en los planes de desarrollo locales y nacionales para identificar los mecanismos definidos para potenciar la exportación de servicios salud en Bucaramanga y su área metropolitana.

Desde hace más de 15 años se vienen sentando bases sobre la importancia y contribución al crecimiento económico nacional que tendría el turismo de salud. De acuerdo con el *Informe 1 – Evaluación del plan de negocios del sector turismo de salud y validación o reformulación de la visión estratégica a corto, mediano y largo plazo y propuesta de acciones entre el sector público y privado para incrementar la productividad y competitividad sectorial* de Sigil Consulting Group (2014), se fomenta a partir del 2007 una política enfocada en el mejoramiento de la competitividad empresarial en el largo plazo, que se lideraría desde el Ministerio de Industria y Comercio y el Sistema de Competitividad Nacional. Estas entidades crean el PTP o Programa de Transformación Productiva para ese entonces, ahora conocido bajo la marca de Colombia Productiva.

Un par de años más tarde, en 2009, se incluye al PTP el sector de turismo de salud y se crea el Plan de Negocios del Sector Turismo de Salud (PNSTS), proyectado en diferentes fases, con el objetivo de posicionar a Colombia como uno de los principales destinos de turismo de salud para el 2032. En este plan se incluyeron las iniciativas, el paso a paso, los indicadores para realizar la medición de los avances, sin embargo, más adelante se evidenció que al haber vinculado a tantos actores, no había responsables claros previamente establecidos para cada una de las

iniciativas propuestas. Esta y otras acciones de mejora fueron socializadas en el informe de Sigil Consulting Group realizado en el 2014, en el que realizan el seguimiento de los avances del PNSTS y sugieren las formas en que se le debe dar continuidad al mismo, teniendo en cuenta las falencias presentadas en los 5 años anteriores.

Como se menciona en el informe, para el 2014 el país se encontraba apenas en la fase de establecimiento de las bases y cimientos del sector, por lo que no se logró tener avances en las fases posteriores de expansión y crecimiento. Hoy en día se evidencia que a este plan de negocios no se le dio mayor seguimiento desde su última intervención, puesto que desaparece incluso de los sectores que se encuentran priorizados en la página web de Colombia Productiva, no hay bibliografía actualizada en esta misma fuente, ni iniciativas recientes para potenciar el sector de turismo de salud desde una iniciativa integral como lo era el PNSTS; que después de una revisión de las iniciativas propuestas, se considera que la gran mayoría siguen estando vigentes a la fecha y sin implementar al 100%.

En los años siguientes, se evidencia una carencia de políticas sectoriales o planes enfocados en el turismo de salud o fomento a las exportaciones de servicios de salud puntualmente. Algunos en los que se podría incluir el sector se mencionan a continuación:

- **Plan Nacional de Desarrollo 2018 – 2022** (Departamento Nacional de Planeación):
 - *Página 42 – Un mundo de posibilidades: Aprovechamiento de mercados internacionales y atracción de inversiones productivas.*
 - Objetivo que le podría apuntar a potenciar la exportación de servicios de salud: Aumentar las exportaciones no minero-energéticas de alto valor agregado.
 - *Página 56 – Turismo: El propósito que nos une. Desarrollo de un turismo sostenible, responsable y de calidad.*

- Objetivo que le podría apuntar a potenciar la exportación de servicios de salud: Generar más inversión, mejor infraestructura y conectividad para el turismo.
- Página 190 – *Región Santanderes: Eje logístico, competitivo y sostenible de Colombia.*
 - Objetivo que le podría apuntar a potenciar la exportación de servicios de salud: Fortalecer la diversificación económica y la internacionalización.

Actualmente, no se encuentra disponible el PND para el gobierno 2022 – 2026, por lo que se revisa el PND 2018 – 2022. Como se describe en las líneas anteriores, estos objetivos están enfocados netamente en turismo tradicional y en el fomento de las exportaciones no minero-energéticas en general, es decir, no hay algo relacionado exclusivamente al fomento de las exportaciones de servicios de salud o turismo de salud.

- **Plan Sectorial de Turismo (PST) 2018 – 2022:**

- *Diagnóstico – Turismo de salud y bienestar: Colombia viene posicionando destinos de forma continuada, en estos segmentos dadas sus ventajas competitivas de costo y excelencia en mano de obra calificada. Igualmente, el desarrollo existente de oferta como spa, el termalismo y la talasoterapia, que cuentan con múltiples atractivos y servicios en diferentes zonas del país, marcan una oportunidad para este tipo de turismo. En el mundo, el sector de bienestar, según el Programa de Transformación Productiva, (PTP, 2016) es un mercado de 438 billones de dólares americanos que crece en promedio a una tasa del 9%. (Mincomercio, 2018).*

El PST es la extensión del PND enfocada netamente al turismo. Este documento contiene muy poca información relacionada con el turismo de salud explícitamente se evidencia que el plan estará más enfocado en la promoción del turismo de bienestar.

- **Ley 2068 de 2020:** Por el cual se modifica la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones. Artículo 19: *TURISMO DE SALUD. El Estado reconoce el turismo de salud y promoverá su desarrollo como turismo Interno y receptivo, entendido este como aquel al que acuden nacionales o extranjeros en el territorio nacional a fin de someterse a un procedimiento médico, quirúrgico u odontológico acreditado, accesible con garantías de seguridad y de alta calidad. El gobierno se encargará de incluir dentro del Plan Sectorial de Turismo directrices y programas de apoyo específicos para esta modalidad de turismo, incluidos programas de divulgación de la oferta* (Departamento Administrativo de la Función Pública, 2020).
- **Plan de Desarrollo 2020-2023 – Gobernación de Santander:** El plan vigente tiene enfoques diferentes a los requeridos para el fomento de las exportaciones de servicios de salud desde el departamento. En relación con la internacionalización o exportación del departamento, su foco es netamente en productos. En cuanto a la salud, únicamente se menciona la salud pública. Y con relación al turismo, se visibiliza una estrategia general para la llegada de extranjeros a la región, sin embargo, no se propone un plan concreto de posicionamiento de la región a nivel internacional, lo cual podría contribuir indirectamente al fomento del turismo de salud.

De acuerdo con lo expuesto previamente, se evidencia que hace varios años se contaba con una hoja de ruta clara a seguir para que Colombia fuera reconocida a nivel internacional en turismo de salud, sin embargo, por razones desconocidas no se le da continuidad al plan. Desde el Sigil Consulting Group (2014), se proponen en ese entonces algunas acciones para retomar el PNSTS, dentro de las que se encontraban la importancia de la vinculación e interés de la parte pública, además del compromiso del sector privado y el establecimiento de un sistema de información robusto para lograr consolidar datos relevantes para la toma de decisiones y seguimiento del plan.

A pesar de esto y después de una verificación cuidadosa sobre el tema, se evidencia que en la actualidad no existen planes públicos integrales para el sector a nivel nacional que se encuentren en desarrollo, ni se evidencia en el PND 2018 – 2022 cómo se atenderá el tema de la exportación de servicios de salud. En el artículo 19 de la Ley 2068 de 2020 únicamente se presenta la definición de Turismo de Salud, sin embargo, no hay una regulación al respecto, ni información ampliada sobre este tema.

Por otro lado, se pueden encontrar estrategias e iniciativas que sí apuntan específicamente al fortalecimiento de la exportación de servicios de salud del país y la región, a continuación, se mencionan algunas de ellas:

- **PROCOLOMBIA:** El sector salud es uno de los sectores priorizados por PROCOLOMBIA dentro de su estrategia, inmerso en Industrias 4.0. A continuación se mencionan algunas de las actividades que se realizan desde esta entidad para el fomento de las exportaciones de servicios de salud:
 - Famtrips o viajes de familiarización: Consiste en reunir un grupo de personas de otros países, generalmente tomadores de decisiones, para realizar un tour por diferentes empresas en Colombia. Para el caso del sector salud consiste en traer personas de aseguradoras con coberturas en salud en el exterior a visitar hospitales que puedan ofrecer servicios médicos a sus asegurados (pacientes internacionales).
 - Participación en congresos como delegación país: Se reúnen diferentes hospitales para representar a Colombia en congresos médicos en el exterior.
 - Beneficios para actividades de internacionalización: Por medio de reembolsos se patrocinan parcialmente actividades de promoción.

- Elaboración de agendas comerciales: Asesoría en la organización de las agendas que requieran o soliciten las entidades, para promoción de sus servicios en el exterior.
- Colombian Health and Well-being Showcase: Es una plataforma que reúne una amplia oferta de productos y servicios disponibles para compradores internacionales.
- **GPS – Global Plan Santander de la Cámara de Comercio de Bucaramanga (CCB):**

En este plan la exportación de servicios de salud es uno de los sectores priorizados y cuenta con acciones y metas definidas claramente en el plan de acción (Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2019). A continuación, se mencionan los objetivos generales de la línea estratégica de Ciencias de la Vida a la que pertenecen los servicios de salud, relacionados con la exportación de servicios:

 - Aumentar el valor de las exportaciones de bienes y servicios de salud.
 - Aumentar el número de empresas exportadoras de bienes y servicios del sector.
 - Aumentar el número de mercados a los que se exporta servicios de salud.
- **Clúster de Salud de la CCB:** De acuerdo con el plan de acción elaborado para el GPS de la Cámara de Comercio de Bucaramanga (2019), desde el clúster de salud se liderarán las siguientes iniciativas:
 - Oficina de pacientes internacionales: Certificar oficinas de atención de pacientes internacionales de la región.
 - Estrategia desarrollo de negocio de pacientes internacionales: Definición y puesta en marcha de actividades como: definición de mercado, segmentación de clientes, validar y definir la oferta clínica, estrategia por segmentos, marketing clínico, articulación de oferta turística complementaria.

- Marketing clínico digital: Desarrollo de estrategias para el posicionamiento de los servicios de salud de la región en mercados internacionales. Mapeo, validación y desarrollo de estrategias digitales.
- **ANDI:** Como se menciona previamente, esta institución se encuentra trabajando en el marco del Proyecto Clase Mundial – Exportación de Servicios de Salud, al cual se encuentran vinculadas diferentes instituciones médicas interesadas en la atracción de pacientes internacionales. Este proyecto se desarrolla gracias a una alianza público-privada, buscando posicionar a Colombia a nivel internacional como una opción a la que las personas en busca de tratamientos médicos especializados pueden acceder, contando con instituciones médicas de alta calidad, tecnología de punta, infraestructura moderna, médicos altamente capacitados y oficinas de pacientes internacionales que los apoyen en temas logísticos y administrativos.

A pesar de no ser políticas sectoriales como tal, las entidades mencionadas previamente de carácter público y/o privado ponen a disposición de las empresas colombianas diferentes herramientas e instrumentos para potenciar la exportación de servicios de salud específicamente, con las que los diferentes hospitales pueden apalancarse incluso estando en diferentes etapas del proceso de internacionalización, es decir, hay programas de preparación para la internacionalización para las empresas que aún no han empezado a exportar, así como también existen programas e iniciativas para exportadores recurrentes de servicios de salud.

4.3. Barreras

Objetivo específico 3: Determinar las barreras más comunes que existen al momento de incrementar la exportación de servicios de salud en Bucaramanga y su área metropolitana, y plantear de qué manera se pueden contrarrestar mediante estrategias interinstitucionales.

Las barreras existentes a la hora de incrementar la exportación de servicios de salud desde Bucaramanga y su área metropolitana que se mencionan a continuación se toman de diferentes autores mencionados y analizados previamente, y de la experiencia y conocimiento del sector:

Tabla 6: Barreras para la exportación de servicios de salud.

Barreras Internas	Barreras Externas
Entidades reservadas en cuanto a la divulgación de información / cifras sobre la exportación de servicios de salud.	Desconocimiento de las cifras reales del sector a nivel nacional y por departamento, que apoyen la toma de decisiones y evidencien la relevancia del mismo.
Desconocimiento sobre cómo traer un paciente internacional a Colombia, por ejemplo: Requisitos migratorios, legislación colombiana, seguimiento post egreso, bilingüismo.	Falta de incentivos para que las clínicas se acrediten bajo estándares internacionales de calidad y seguridad del paciente.
Intención de ofrecer todo el portafolio de servicios y no tener unas especialidades claras priorizadas para el mercado internacional.	Falta de conectividad aérea: En el caso de Bucaramanga incrementa los costos y tiempo de viaje.
Carencia de directrices institucionales para tratar a un paciente internacional como VIP, principalmente en cuanto a tiempos de oportunidad de respuesta.	Bajo posicionamiento de Colombia como destino de salud a nivel internacional.

Capacidad instalada deficiente para recibir a los pacientes internacionales (Bajo # de camas y especialidades médicas disponibles).	Carencia de iniciativas de posicionamiento de Bucaramanga y AMB a nivel internacional: No se conoce la ciudad afuera, ni siquiera por turismo tradicional.
Desconocimiento de formas de pago para extranjeros: Plataforma de pago en línea sólo en español, altos costos bancarios por transferencias internacionales, no recepción de divisas diferentes al peso colombiano.	Falta de infraestructura turística: No hay mucha oferta hotelera disponible, dificultad para el cambio de divisas, descontrol en cobros de transporte a extranjeros.
Barreras de idioma: El personal de las clínicas no logra comunicar adecuadamente la información a los pacientes.	Barreras de idioma: El personal que trata con extranjeros no puede comunicarse adecuadamente, por lo que no entienden las solicitudes o inquietudes.
Falta de estándares internacionales de base para prestar servicios de talla mundial, comparables con los ofrecidos en otros países: Seguridad del paciente.	Inexistencia de políticas gubernamentales relacionadas al turismo de salud / exportación de servicios de salud.
Falta de estandarización de precios de procedimientos, tratamientos y estudios.	Desinterés de parte del sector salud de internacionalizar sus servicios.

Fuente: Elaboración propia, a partir del análisis de diferente información y experiencias.

Como se observa en la Tabla 6: Barreras para la exportación de servicios de salud, se observan 2 divisiones:

- **Barreras Internas:** Hacen referencia a las barreras identificadas al interior de las entidades hospitalarias que prestan el servicio a los pacientes internacionales en Colombia, las cuales en la mayoría de las ocasiones se presentan por falta de capacitación del personal que podría recibirlos.

La atención de pacientes internacionales no necesariamente es más difícil que la de los pacientes nacionales, simplemente es diferente a lo que las entidades están acostumbradas. Salir de la zona conocida o de confort no es fácil y en este caso implica también una inversión principalmente en talento humano (tanto en contratación como en formación) con las capacidades y habilidades necesarias para atender a una persona que viene del exterior a recibir un tratamiento médico, que se encuentra lejos de su familia, y que requiere incluso apoyo emocional adicional. El miedo a fracasar en el proceso es quizá otro impedimento para que más hospitales en el país decidan recibir pacientes extranjeros.

- **Barreras Externas:** Consisten en las barreras generales que se observan en el sector y en la dinámica turística existente en el país, pues el turismo de salud no puede tratarse de la misma forma que el turismo tradicional e incluso que del turismo de bienestar pues son públicos objetivo diferentes.

La forma de contrarrestar estas barreras depende casi en su totalidad de la voluntad, conocimiento e interés que tenga el gobierno de turno en este sector, pues desde cada gobierno se le puede dar o no la prioridad para que las entidades gubernamentales como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y PROCOLOMBIA realicen acciones y actividades para el fomento de este. Adicionalmente, requiere de inversiones de tiempo y dinero considerables, pues este sector en Colombia no se encuentra completamente desarrollado y aún el país está en una fase de aprendizaje para lograr la atracción de pacientes extranjeros y el posicionamiento como destino de salud a nivel internacional. Por supuesto, el compromiso y vinculación de los prestadores de servicios de salud en el

país es fundamental para que puedan lograrse los objetivos que se planteen. Sin embargo, debe existir un responsable desde el gobierno para realizar el seguimiento a lo que se plantee.

Estas quizá, sean las barreras más grandes que se presentan y las más difíciles de contrarrestar, pues además no se conocen con certeza las ventas que se generan desde el sector, es decir, no hay una manera exacta de medir el impacto que pueda generar cualquier estrategia e iniciativa que se lleve a cabo.

5. Recopilación de la información

5.1. Entrevista Juan Felipe Santos – ANDI

De acuerdo con el Anexo 1: Modelo de Entrevista: Juan Felipe Santos – ANDI, a continuación, se presentará el desarrollo de la entrevista realizada de manera virtual al Coordinador de la Cámara de Instituciones para el Cuidado de la Salud y de la Cámara de Aseguramiento en salud de la ANDI, la cual se encarga de trabajar con los prestadores servicios de salud habilitados en el país, es decir, con quienes brindan atención directa al paciente. A la cámara se encuentran vinculadas actualmente 35 empresas.

Uno de los objetivos que tiene la ANDI – Asociación Nacional de Empresarios de Colombia con relación al tema de turismo de salud es dar a conocer el tema incluso a nivel nacional, pues esto es algo que muchos no saben que se promueve desde las clínicas en Colombia, y de acuerdo con Juan Felipe, desde hace más de 12 años se crearon programas de transformación productiva y uno de los sectores priorizados era el turismo de salud o exportación de servicios de salud. En este momento se creó un plan de trabajo a 2030 para el país en el que se incluía una etapa diagnóstica, un estudio de mercados y el fortalecimiento de habilidades y capacidades del sector. Este estudio fue liderado por entidades como Colombia Productiva, Ministerio de Comercio, PROCOLOMBIA, ANDI, sin embargo, posteriormente se involucraron muchos más sectores a los programas, y no se le dio mayor relevancia a la exportación de servicios de salud.

En Colombia, este sector ha surgido principalmente por el esfuerzo individual que se da desde cada una de las clínicas, las misiones comerciales, asistencia a eventos internacionales y estrategias comerciales implementadas por estas. De hecho, este sector aún se está conociendo y avanza al paso de las principales clínicas exportadoras.

Con relación a las políticas públicas que atañen a este sector, desde la ANDI se conocen las siguientes:

- Ley 2068 de 2020: Por el cual se modifica la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones. Artículo 19: *TURISMO DE SALUD*, la cual es descrita anteriormente. En su momento, desde la ANDI se buscó apoyo para poder reglamentar este artículo, sin embargo, no se logró y hasta el momento no ha sido reglamentado. Por otro lado, el Fondo Nacional de Turismo – FONTUR propuso la contratación de 2 profesionales que se dedicaran exclusivamente a la promoción del turismo de salud, entre eso a identificar si efectivamente se debía reglamentar dicha ley y de ser así proceder con la reglamentación de esta. Estas personas también estarían a cargo del fomento del turismo de salud y de la creación de capacidades y conocimiento para las clínicas con y sin experiencia en internacionalización, desarrollo de talleres regionales dependiendo del grado de desarrollo de las clínicas en relación con la internacionalización, entre otros.

Por otro lado, durante el 2020 desde la Cancillería se presentó la opción de exigir un seguro médico a todos los turistas que ingresaran a Colombia, sin embargo, este no prosperó pues desde turismo se argumentaba que esto lo que generaría sería una disminución del turismo tradicional, pues el turista tendría que incurrir en gastos adicionales. La persona a cargo de hacer la presentación del proyecto no sabía que había sectores a quienes les pudiera interesar que esto se promoviera, pues en ocasiones a las clínicas ingresan extranjeros sin cobertura médica y sin recursos para pagar su atención, por lo que afecta la cartera de estas.

Actualmente, existe un proyecto liderado por la ANDI (Proyecto Clase Mundial – Exportación de Servicios de Salud) enfocado específicamente en el turismo de salud, al que las empresas interesadas pueden vincularse, aportando aproximadamente 10 millones de pesos anualmente. Por medio de este proyecto se canalizan los recursos y esfuerzos de las empresas para realizar misiones comerciales en otros países, eventos, capacitaciones, la creación y mantenimiento de la página web: <https://colombiaturismodesalud.com/>, apoyo a famtrips, entre otras iniciativas. En

esta iniciativa se encuentran vinculadas clínicas de Bogotá, Cali, Medellín y Cartagena, sin embargo, el enfoque es de promoción de país y no de una ciudad en particular.

Desde su punto de vista y conocimiento del sector, Juan Felipe considera que la principal motivación que tiene un extranjero para viajar a Colombia a recibir un tratamiento médico es el factor económico ya que puede obtener tarifas considerablemente más bajas que en sus países de origen, con una calidad comparable a los servicios médicos ofrecidos en Estados Unidos, además de tener menores tiempos de espera para la realización de estudios y/o cirugías. Adicionalmente, considera que el posicionamiento de la ciudad en la que se encuentra ubicado el hospital que selecciona el paciente extranjero influye en la toma de la decisión. Factores como la imagen y posicionamiento de la ciudad, el clima, la seguridad y la oferta de turismo tradicional son relevantes también para el paciente y su acompañante.

Por otro lado, considera que Colombia está de cierta manera posicionado a nivel internacional por la calidad de sus servicios médicos, por ejemplo, en países como Bolivia, Guatemala, El Salvador reconoce que el país es un buen destino de salud y con especialistas y centros médicos de alto nivel. Estos son abiertos a las solicitudes que se realizan desde entidades como la ANDI para realizar visitas comerciales. Sin embargo, también existen países en los que es un poco más complejo el reconocimiento de Colombia como destino de salud, como lo es Panamá. Esto se debe a que ellos también están apostándole a la atracción de pacientes internacionales y vean a Colombia como competencia, más que como un aliado.

Finalmente se propusieron 10 diferentes temas considerados importantes a la hora de construir una estrategia para incrementar el turismo médico para una región. El entrevistado calificó de 1 a 5, siendo 1 no importante y 5 muy importante:

Tabla 7: Calificación de aspectos clave para la potencialización de la exportación de servicios de salud desde Bucaramanga y su AMB – Juan Felipe Santos

Tema	Calificación (1 – 5)
Alianzas interinstitucionales: PROCOLOMBIA + Cámaras de comercio + ANDI.	5
Apoyo gubernamental para turismo médico	3
Estrategias intersectoriales (Hospitales + Hoteles + Restaurantes + Agencias de viaje)	5
Labor comercial de las clínicas: Famtrips, congresos médicos, marketing digital.	5
Iniciativas de los clústeres de salud.	4
Voz a voz de los pacientes	5
Bilingüismo en hospitales y en la ciudad.	5
Servicio al cliente / Experiencia del paciente	5
Amplio portafolio de servicios	4
Servicio de Concierge → Oficinas de pacientes internacionales.	5

Fuente: Elaboración propia y calificación realizada por Juan Felipe Santos de la ANDI.

Del listado anterior, el que Juan Felipe considera más importante es el desarrollo de estrategias intersectoriales, es decir, entre los hospitales o prestadores de servicios de salud con hoteles, restaurantes, agencias de viaje, servicios de transporte, entre otros, que contribuyen a que la experiencia del paciente sea satisfactoria o no. Estrategias intersectoriales, se implementan en mercados como Turquía y Tailandia, los cuales son reconocidos destinos de turismo médico a nivel internacional. En estas alianzas, se debería vincular a toda la cadena y actores que intervienen en la experiencia de un paciente y su familia, para ofrecerles mayores beneficios, principalmente relacionados a menores costos y mayores facilidades. Considera que también es importante promover una alianza entre las clínicas colombianas que representen al país en estos temas y posicionarlo como destino de salud de talla mundial.

5.2. Entrevista Elizabeth Ziemba

La segunda entrevista es realizada también de manera virtual a Elizabeth Ziemba, experta en turismo de salud. En el Anexo 2: Modelo de Entrevista: Elizabeth Ziemba se encuentran las preguntas realizadas durante la sesión.

De acuerdo con su perfil, Elizabeth es abogada de profesión, con maestría en salud pública. Ha trabajado en el sector de viajes de salud o *health travel* desde el 2005, realizando consultorías desde diferentes perspectivas que le permiten tener una visión integral del tema, y ser considerada una experta:

Elizabeth Ziemba, JD, MPH, is a pioneer in health travel as President & Founder of Medical Tourism Training focused on expanding access to safe, high quality healthcare services around the world. Along with a team of global experts, she delivers consulting and training services for clients in the wellness, health, medical, and accessible travel sectors as well as hospitality services with innovative, practical, evidence-based solutions for business development and economic growth. Elizabeth promotes accreditation & certification as Regional Director for Temos International Healthcare Accreditation covering the US, Caribbean, Mexico, & Latin America.

Esta entrevista inició desde un enfoque general, revisando la dinámica y tendencias globales del turismo de salud, para posteriormente ir al foco específico de este proyecto en Colombia y Bucaramanga.

De acuerdo con el panorama internacional, en las páginas anteriores se observa que antes de la pandemia, el turismo médico aumentaba de forma imparable. Según un estudio de Grand View Research, el tamaño del mercado en 2019 era de 44.800 millones de dólares, y las proyecciones para 2027 eran de 207.900 millones de dólares (es decir, un crecimiento de más del 300%), pero estas cifras cambiaron radicalmente con la llegada del COVID-19. Las nuevas cifras

postpandemia muestran una caída de 2019 a 2020 del 86,2% (6.300 millones de dólares), y se espera que el tamaño del mercado vuelva a las cifras anteriores a la pandemia para el 2027.

Ante este nuevo panorama Elizabeth comenta que actualmente se está viendo el incremento en la demanda de tratamientos o cirugías electivas como lo cosmético (incluyendo trasplante capilar), tratamientos dentales y cirugías de ortopedia. Considera que la apertura de todos los servicios traerá diferentes retos como:

1. Escasez de personal médico-asistencial: Muchas personas abandonaron o están abandonando la profesión, y la apertura de todos los servicios quizá no sea sostenible en el largo plazo.
2. Cambio en el comportamiento de los consumidores: Las personas están dudando en viajar a recibir tratamientos médicos, o si lo hacen, quieren que sea mucho más cerca a sus países de residencia a menos que tengan enfermedades raras en las que tengan que buscar un tratamiento específico que se consiga en muy pocos lugares, o que estén en busca de procedimientos que requieran un nivel técnico muy alto.
3. Los proveedores de servicios de salud están buscando nuevos modelos de atención: Se están preparando para situaciones inesperadas y sin precedentes como lo fue el COVID-19, por medio de la diversificación de servicios, de mercados y en cuanto a la forma de prestar los servicios para evitar que los pacientes no tengan que viajar, como lo son:
 - a. Las cirugías remotas.
 - b. La implementación de telemedicina o soluciones de telesalud.
 - c. Las colaboraciones transfronterizas.
4. Fortalecimiento de la salud en los países que más remitían pacientes al exterior: Debido a que no podían enviar pacientes a donde usualmente lo hacían por el cierre

de las fronteras y restricciones aéreas, los países fortalecieron sus servicios por medio de la construcción de nuevos hospitales y la apertura de nuevos servicios.

Por otro lado, Elizabeth considera que la clave para lograr la atracción de pacientes internacionales se puede resumir con la palabra **CALIDAD**. Considera que todo debe estar enfocado en esto desde diferentes perspectivas, no sólo en la prestación del servicio. Debe existir una especialización y estar en la capacidad de ofrecer servicios de nicho altamente especializados y únicos. Por ejemplo:

- Si el enfoque de la clínica es cardiovascular, es fundamental tener subespecialidades y saber en dónde más se ofrecen estos servicios, para así destacar algunos servicios subespecializados en los mercados demográficos más probables. El prestador del servicio debe tener claro si esos son los pacientes que se quieren atraer.
- Una vez la parte clínica esté clara, debe revisarse la experiencia del paciente como un todo, revisar maneras de hacerla más innovadora y fácil para el paciente y su familia.

Elizabeth también hace énfasis en la importancia de enfocarse pues desde su experiencia considera que la estrategia de ser todo para todos no funciona, pues además las clínicas no tienen presupuesto suficiente para abarcar todos los servicios que puede ofrecer. Lo que recomienda es iniciar con el enfoque en un único servicio y cuando se haya logrado tener éxito con este, continuar con el siguiente paso.

Con relación a la promoción e importancia del destino a la hora de escoger en dónde recibir un tratamiento médico, Elizabeth considera que es un factor que influye, pero no el más importante para atraer pacientes internacionales. Insiste en que la calidad de los servicios clínicos y los no clínicos es lo más importante. Adicionalmente, comenta que la gente quiere viajar a destinos que se promueven como seguros y lo efectivamente lo sean, es decir, donde se garantice la seguridad

física, que no sea conocida zona de guerra, o donde existan disturbios internos, y además, después del COVID, la higiene tiene una connotación diferente a la de antes. Los viajeros se preocupan aún más por el control de infecciones en los países y las medidas de higiene que se toman.

Con relación a la conectividad aérea comenta que, por supuesto los pacientes que pueden viajar de manera directa al destino de salud son una fuente potencial importante de clientes. Sin embargo, existen diferentes estrategias para fomentar la colaboración transfronteriza y así evitar que el paciente viaje de manera innecesaria o antes de tiempo.

El posicionamiento del destino también se puede trabajar desde otras perspectivas, como por medio de las aseguradoras privadas o públicas, que incentivan a sus pacientes a viajar a ciertos destinos. Actualmente se está viendo un crecimiento muy importante en la compra de seguros médicos privados en Latinoamérica y el Caribe, lo que implica que existen oportunidades para trabajar directamente con ellos.

Como lo indica Elizabeth, no hay un único camino para la atracción exitosa de pacientes internacionales, no todos los modelos que tienen éxito a nivel global tienen apoyo gubernamental: *There's not one one-size-fits-all answer to that, but there are good models for no government support. A lot of government support that works well, government support that doesn't work very effectively.* A continuación, se mencionan algunos ejemplos:

- Casos de éxito con apoyo gubernamental:
 - *Malasia*: Están enfocados totalmente en la calidad, no sólo a nivel clínico. En el país, el turismo de salud está altamente regulado y para esto existe una organización híbrida vigilada por el gobierno, pues quieren desarrollar el sector al máximo pero no sin afectar a la parte pública mientras a la parte privada recibe todos los beneficios.

- Casos de éxito sin apoyo gubernamental:
 - Hungría: Tuvo un crecimiento orgánico de servicios dentales, pues tienen buen entrenamiento y profesionales en odontología, es fácil de llegar a ellos, y cuentan con una ubicación geográfica favorable y de fácil acceso para los europeos.
 - Alemania: Algunos de los gobiernos locales brindan apoyo para fomentar el turismo médico, sin embargo, el gobierno federal no está tan interesado en el tema.
 - Estados Unidos: Todos los esfuerzos para atraer a pacientes internacionales son realizados por el sector privado.

Finalmente, en la tabla 8 que aparece seguidamente se propusieron 10 diferentes temas considerados importantes a la hora de construir una estrategia para incrementar el turismo médico para una región. El entrevistado calificó de 1 a 5, siendo 1 no importante y 5 muy importante:

Tabla 8: Calificación de aspectos clave para la potencialización de la exportación de servicios de salud – Elizabeth Ziemba

Topic	Rate (1: Low – 5: High)
Interinstitutional alliances: PROCOLOMBIA + Chamber of Commerce.	3
Government support for medical tourism	2
Intersectoral strategies (Hospitals + Hotels + Restaurants + Tourism agencies)	5
Hospital's commercial activities: Famtrips, medical congresses, digital marketing,	4
Health Clusters initiatives.	3
Word of mouth of the patients.	5+++
Bilingualism at the hospitals and the city.	Depende: 0 o 5 *
Customer service / Patient's experience	5
Wide service portfolio	2
Concierge service → International patient's office.	4

Fuente: Elaboración propia y calificación realizada por Elizabeth Ziemba.

Nota*: El bilingüismo es calificado como 0 en los casos en que el enfoque es en pacientes hispanoparlantes, y con 5 en el caso de los pacientes angloparlantes.

Como conclusión, Elizabeth comenta que la calidad para ella sigue siendo el punto más importante para el turismo de salud, y además, resalta la autenticidad de la experiencia, el poder ofrecer al paciente y su compañía la mejor experiencia posible en diferentes aspectos: Conocer muy bien los servicios que se ofrecen, el destino, tener muy claros los aspectos positivos para resaltarlos y los negativos para saber cómo pueden minimizarse o eliminarse.

Por esto es importante que se tenga un Customer Journey Map – CJM claro y de diferentes niveles dentro de los que se incluyan los siguientes: El nivel clínico, el físico, el electrónico y el de acompañamiento (que impactará a las personas que vienen con el paciente).

En este caso, la construcción del CJM es compleja, pues hay muchos actores involucrados en la atención del paciente y sus acompañantes, pero si se toma el tiempo necesario para hacerlo y comprenderlo adecuadamente desde las organizaciones y desde el destino, si se logran unir y establecer mesas de trabajo con la mayor cantidad de actores posibles, si se identifica qué está bien, qué hay por mejorar, en qué se puede trabajar de manera conjunta, qué es lo que más le gusta a los pacientes, porqué vuelven (turistas tradicionales y de salud), si sabemos qué dicen los pacientes y las personas involucradas en los diferentes procesos de atención a estas personas, se logrará tener una “*strong and unique selling proposition*”, una propuesta de ventas fuerte y excepcional.

6. Planteamiento de Estrategias para Potenciar la Exportación de Servicios de Salud desde Bucaramanga y su Área Metropolitana

Objetivo específico 4: Generar las estrategias y sus indicadores de gestión correspondientes para potenciar la exportación de servicios de salud desde Bucaramanga y su área metropolitana.

6.1. Matriz DOFA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>F1: Amplio portafolio de servicios de alta calidad y complejidad.</p> <p>F2: Capital humano con formación avanzada (estudios en el exterior), y calidad humana.</p> <p>F3: Tarifas competitivas, que están entre un 50 y 80% por debajo de las de Estados Unidos.</p> <p>F4: Las instituciones (hospitales no exportadores, CCB, ANDI, etc.) en la región están notando que este sector está tomando relevancia en el ámbito internacional.</p>	<p>O1: Costos muy elevados en otros países de los procedimientos médicos y servicios logísticos (hotel y manutención).</p> <p>O2: Prolongados tiempos de espera por procedimientos o estudios en el país de residencia del paciente.</p> <p>O3: Poca o nula disponibilidad de especialistas y subespecialistas en el país de residencia del paciente.</p> <p>O4: Baja capacidad tecnológica en el país de residencia del paciente.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>D1: Destino – Desconocimiento de Bucaramanga en el exterior, y baja conectividad aérea en la región.</p> <p>D2: Carencia de políticas públicas que promuevan la llegada de pacientes extranjeros a Colombia.</p>	<p>A1: Países con políticas públicas enfocadas a la promoción del turismo de salud.</p> <p>A2: Beneficios adicionales para personas que viajan por motivos médicos. Ej: Descuentos de Turkish Airlines.</p> <p>A3: Alta inversión en promoción (mercadeo) de otros países e instituciones médicas.</p>

D3: Sólo existen 2 hospitales en Santander con oficinas para pacientes internacionales.	A4: A nivel nacional existen ciudades mejor posicionadas que Bucaramanga en el exterior, y se evidencian estrategias conjuntas para posicionarse como destino de salud.
D4: Desconocimiento de parte de las instituciones sobre cómo traer pacientes internacionales a tratarse en la región.	

6.2. Estrategias e Indicadores

El escenario ideal para potenciar la exportación de cualquier bien o servicio sería contar con una política pública con la que se promueva el turismo de salud y en la cual se determine un plan de acción y estrategias clara para el fortalecimiento de las instituciones y crecimiento del sector. Pero como se ha evidenciado a lo largo del documento, esto es una estrategia a largo plazo y que requiere la intervención de diferentes grupos de interés. Por esto, a continuación, se proponen algunas estrategias para iniciar la potencialización del sector en Bucaramanga y su área metropolitana que podrían realizarse en menor tiempo:

ESTRATEGIA	INDICADOR
<p>MERCADOS OBJETIVO:</p> <p>F1 + F2 + O3 = Identificación de mercados potenciales en los que tengan recursos limitados en cuanto a tecnología y profesionales disponibles, ya sea porque no es costo-efectivo al tener una población pequeña, o porque los recursos en el país no son suficientes para invertir en tecnología de punta para la salud.</p> <p>F3 + O1 = Identificar mercados en los que los precios de procedimientos médicos sean muy elevados, pero que su</p>	<p>5 mercados objetivo caracterizados y priorizados.</p> <p>Herramienta propuesta: Matriz de selección de mercados.</p>

<p>población tenga un poder adquisitivo medio-alto y puedan pagar por los servicios de manera particular en un país con tarifas muy inferiores a las disponibles en su país de residencia.</p>	
<p>O + D4 = En las oportunidades identificadas se observa que hay demanda de servicios médicos por diferentes motivos a nivel internacional, pero las personas no saben que Bucaramanga y su AMB es un destino de salud. Por esto, se deben fortalecer y capacitar hospitales en la región para en la captación de clientes extranjeros: Negociación B2B, atracción B2C, atención y requerimientos especiales del paciente internacional, entre otros.</p>	<p>Constitución de 2 oficinas de pacientes internacionales más en Bucaramanga y su AMB.</p>
<p><i>PROMOCIÓN DE BUCARAMANGA COMO DESTINO DE SALUD</i></p> <p>F4 + A2 + A3 = Otorgar beneficios a los pacientes por escoger a Santander como destino para realizarse sus tratamientos médicos, los cuales serían beneficios de la región en los que se integren diferentes sectores como turismo, salud, comercio, restaurantes, entre otros.</p> <p>D3 + A4 = Trabajo conjunto entre los hospitales en Santander que cuenten con oficina para pacientes internacionales para posicionar a Bucaramanga y su AMB como destino de salud. De esta manera se evidencia unidad en la región a nivel internacional y se facilitaría la consecución de recursos para la financiación de eventos a nivel internacional, pues se convierte en una iniciativa regional y no de una sola entidad.</p>	<p>5 beneficios de la región para pacientes internacionales.</p> <p>2 eventos internacionales por año</p>

Además de las estrategias propuestas previamente para potenciar la exportación de servicios de salud en Bucaramanga y su área metropolitana, es importante hacer una revisión sobre cómo los hospitales están midiendo su facturación y el número de pacientes internacionales (viajeros internacionales no residentes en Colombia, extranjeros, pacientes con seguros internacionales, personas con cédula de extranjería), para con esto establecer lineamientos comunes para poder realizar comparaciones posteriores.

Por otro lado, se debe designar a un responsable o líder para lograr implementar las estrategias que se proponen. Estableciendo también una meta clara con relación al crecimiento, es decir, si se medirá por volumen de viajeros internacionales llegando a Bucaramanga por motivo de tratamientos médicos (de acuerdo con cifras de flujo migratorio de Migración Colombia) o por la facturación reportada por las entidades.

7. Conclusiones

- Después de una verificación cuidadosa sobre las políticas sectoriales existentes en Colombia para promover la exportación de servicios de salud, se evidencia que en la actualidad no existen planes públicos integrales para el sector a nivel nacional que se encuentren en desarrollo, ni se evidencia en el PND 2018 – 2022 cómo se atenderá el tema de la exportación de servicios de salud. En el artículo 19 de la Ley 2068 de 2020 únicamente se presenta la definición de Turismo de Salud, sin embargo, no hay una regulación al respecto, ni información ampliada sobre este tema. Lo que evidencia que no se le da prioridad a esto pues únicamente se toca de manera muy superficial el tema. Incluso se evidenció desconocimiento por parte de ministerios y otras entidades públicas sobre la gestión comercial que realizan los hospitales colombianos a nivel internacional para promover la llegada de pacientes extranjeros al país.
- El sector de exportación de servicios de salud es un sector que, con las pocas cifras que existen, se observa que aporta a la economía nacional bastante dinero. Antes de la pandemia aportaba entre 45-55 millones de USD al año y postpandemia aporta unos 25 millones USD anuales, la cual no es una cifra despreciable. Estos ingresos contribuyen también a la sostenibilidad de las clínicas, al sector hotelero y de transporte, entre otros que también se benefician de la llegada de pacientes al país.
- Se evidencia la falta de cifras a nivel nacional e internacional relacionadas con la exportación de servicios de salud. En Colombia únicamente se encuentran las cifras presentadas por el DANE, pero estas no pueden encontrarse divididas por departamento, lo que hace muy difícil la creación y seguimiento de indicadores de crecimiento y gestión.
- El posicionamiento y la imagen del país / ciudad es fundamental para cualquier tipo de turismo ya sea tradicional o médico, y se observó que Santander y Bucaramanga no son reconocidas a nivel internacional. Otras ciudades le llevan mucha ventaja a Bucaramanga

en este ámbito y esto impacta directamente en la preferencia de los pacientes por otras ciudades mucho más reconocidas como lo son Cali, Medellín, Bogotá, Barranquilla, e incluso Cartagena que cuenta con un reconocimiento muy grande a nivel internacional, pero hasta el último año abrió un complejo hospitalario y empezó a incursionar en la exportación de servicios de salud.

- Santander no está preparado para recibir turistas en material cultural. Se han evidenciado grandes falencias en diversos temas como la hospitalidad, el bilingüismo, la seguridad para los extranjeros en la ciudad, conectividad aérea, entre otras.
- En el exterior lo que generalmente se conoce de Colombia a nivel médico son las cirugías plásticas, sin embargo, estas no son el objetivo de los hospitales que exportan servicios de salud. Y a pesar de que en la mayoría de los casos se hacen de manera exitosa y segura para los pacientes, también existen casos desafortunados por malas prácticas médicas, que afectan en gran medida la credibilidad de los servicios de salud colombianos en el exterior.
- Actualmente, existen proyectos e iniciativas lideradas por diferentes entidades como PROCOLOMBIA o la ANDI, sin embargo, en muchas ocasiones estas no están articuladas entre sí o con las oficinas regionales, y adicionalmente, se observa que en algunos casos no hay compromiso de los participantes para seguir desarrollando más actividades de este tipo.

En términos generales, a lo largo de esta investigación se evidenció que hay mucho por trabajar para fortalecer la exportación de servicios de salud desde Bucaramanga y su área metropolitana, pero es importante empezar atacando los problemas de raíz, con los recursos que se encuentren disponibles y las entidades que estén realmente comprometidas con esto, pues el mercado internacional es muy grande y puede encontrarse mercado para todos los actores.

Referencias Bibliográficas

América Economía Intelligence. (10 de Diciembre de 2021). *Ranking de los Mejores Hospitales 2021: el futuro que la pandemia nos está legando*. Obtenido de <https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/ranking-de-los-mejores-hospitales-2021-el-futuro-que-la-pandemia-nos-esta>

ANDI - Asociación Nacional de Empresarios de Colombia. (2022). Obtenido de ANDI - Quienes Somos : <https://www.andi.com.co/Home/Pagina/1-quienes-somos>

Atención primaria de salud. (1 de Abril de 2021). Obtenido de Organización Mundial de la Salud: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/primary-health-care>

Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2019). *Plan regional de internacionalización (GPS)*. Obtenido de <https://www.camaradirecta.com/media/80338a705fcd6182c5a9a663e7f7cc2d55ad2aa4>. PDF

Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2022). *Encuesta de Servicios*. Bucaramanga: Dirección de Perfilamiento.

Cámara de Comercio de Bucaramanga. (2022). *Qué es la Cámara de Comercio*. Obtenido de <https://www.camaradirecta.com/que-es-la-camara-de-comercio/>

Carrera, P., & Bridges, J. (2014). *Globalization and healthcare: understanding health and medical tourism*. Expert Review of Pharmacoeconomics & Outcomes Research.

Chaulagain, S., Farboudi Jahromi, M., & Fu, X. (2021). Americans' intention to visit Cuba as a medical tourism destination: A destination and country image perspective. *Tourism Management Perspectives*.

Civil, A. (2016). *Guía Práctica Autorización de Vuelos para Pasajeros en Condiciones Médicas Especiales* .

Colombia Productiva. (2022). *Turismo de Salud. Colombia Productiva*. Obtenido de Colombia Productiva: <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-sectores/historico/turismo-salud>

Compensar, R. (11 de Diciembre de 2019). *Revista Compensar*. Obtenido de “Colombia no será nada hasta que no eduque su gente”: Rodolfo Llinás, el neurocientífico más importante de Colombia: <https://www.revistacompensar.com/comenzando/colombia-no-sera-nada-hasta-que-no-eduque-su-gente-rodolfo-llinas-el-neurocientifico-mas-importante-de-colombia/>

DANE. (2022). *Muestra Trimestral de Comercio Exterior de Servicios - MTCES*. Bogotá.

Departamento Administrativo de la Función Pública. (2020). Ley 2068 de 2020. Bogotá, Colombia.

Departamento Nacional de Planeación. (s.f.). *Plan Nacional de Desarrollo 2018 - 2022*.

Fundación Cardioinfantil - La Cardio. (2021). *Informe anual de gestión y sostenibilidad 2021*. Bogotá.

Grand View Research Inc. (2020). *Medical tourism market size, Industry report, 2020 - 2027*.

Grand View Research Inc. (2022). *Medical Tourism Market Size, Share & Trends Analysis Report By Treatment Type, By Service Provider, By Country, And Segment Forecasts, 2022 - 2030*.

Heung, V., Kucukusta, D., & Song, H. (2010). *A Conceptual Model of Medical Tourism: Implications for Future Research*. *Journal of Travel & Tourism Marketing*.

Julio, V., Vacarezza, M., Álvarez, C., & Sosa, A. (2011). Niveles de atención, de prevención y atención primaria de la salud. *Archivos de Medicina Interna*.

Migración Colombia. (2022). *Unidad Administrativa Especial Migración Colombia (UAEMC)*.
Obtenido de <https://public.tableau.com/app/profile/migraci.n.colombia>

Mincomercio. (2018). *Plan Sectorial de Turismo 2018 - 2022*. Bogotá.

Miranda Canal, N. (Mayo de 1992). La medicina en Colombia : de la influencia francesa a la norteamericana. *Credencial Historia*(29). Obtenido de Banrepcultural:
<https://www.banrepcultural.org/biblioteca-virtual/credencial-historia/numero-29/la-medicina-en-colombia>

Momeni, K., Janati, A., Imani, A., & Khodayari-Zarnaq, R. (2018). Barriers to the development of medical tourism in East Azerbaijan province, Iran: A qualitative study. *Tourism Management* 69, 307 - 316.

Portafolio. (6 de Junio de 2019). Obtenido de Turistas extranjeros gastan en promedio US\$1.200 en el país : <https://www.portafolio.co/economia/turistas-extranjeros-gastan-en-promedio-us-1-200-en-el-pais-530348>

PROCOLOMBIA. (s.f.). Obtenido de ¿Qué es PROCOLOMBIA?:
<https://procolombia.co/nosotros/que-es-procolombia>

ProColombia. (2020). *Sector Salud*. Bogotá.

PROCOLOMBIA. (2022). Obtenido de ¿Qué es PROCOLOMBIA?:
<https://procolombia.co/nosotros/que-es-procolombia>

ProColombia. (2022). *Resultados Encuesta Turismo de Salud*.

S. de Friedemann, N., & Arocha, J. (1982). *Herederos del Jaguar y la Anaconda*. Bogotá: Carlos Valencia Editores.

Sigil Consulting Group. (2014). *Evaluación del Plan de Negocios del Sector de Turismo de Salud y Validación o Reformulación de la Visión Estratégica del Sector*. Bogotá.

Uribe, D. (2019). La medicina del Nuevo Mundo. De *Podcast*. Bogotá, Colombia.

Vovk, V., Beztelesna, L., & Pliashko, O. (2021). Identification of Factors for the Development of Medical Tourism in the World. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 1-18.

ANEXOS

Anexo 1. Modelo de Entrevista: Juan Felipe Santos – ANDI

1. Nombre, cargo, cuánto lleva trabajando en el sector salud.
2. ¿Tienes conocimiento sobre políticas públicas para el fomento de la exportación de servicios de salud a nivel nacional? Por ejemplo, planes de desarrollo nacionales.
3. ¿Desde la ANDI hay programas específicos, con presupuestos determinados para fomentar la exportación de servicios de salud en Colombia?
 - ¿Tienen ciudades priorizadas para esto?
4. Entrando al tema de la exportación de servicios de salud ¿Cuál crees que es la principal motivación de una persona extranjera para viajar a Colombia a recibir tratamientos médicos? ¿Consideras que el posicionamiento de la ciudad influye?
5. ¿Desde la ANDI, qué barreras han identificado a la hora de llegar a las entidades (aseguradoras, ministerios, asociaciones de médicos, etc.) en el exterior para presentar la oferta de servicios de salud que tiene Colombia?
6. Tengo algunos temas identificados que considero importantes a la hora de construir una estrategia para incrementar el turismo médico para una región, en este caso particular es Bucaramanga, y me gustaría que los calificaras de 1 a 5, siendo 1 no importante y 5 muy importante:

Tema	Calificación (1 – 5)
Alianzas interinstitucionales: ProColombia + Cámaras de comercio + ANDI.	
Apoyo gubernamental para turismo médico	
Estrategias intersectoriales (Hospitales + Hoteles + Restaurantes + Agencias de viaje)	
Labor comercial de las clínicas: Famtrips, congresos médicos, marketing digital.	
Iniciativas de los clústeres de salud.	
Voz a voz de los pacientes	
Bilingüismo en hospitales y en la ciudad.	

Servicio al cliente / Experiencia del paciente	
Amplio portafolio de servicios	
Servicio de Concierge → Oficinas de pacientes internacionales.	

- ¿Cuál de ellos, consideras que es el más importante a la hora de construir una estrategia para incrementar el turismo médico en Bucaramanga?
- ¿Crees que hace falta algo o que podemos incluir algo adicional a la lista?

Anexo 2. Modelo de Entrevista: Elizabeth Ziemba

1. Background and experience with medical tourism.
2. **GLOBAL PERSPECTIVE:** Before the pandemics, the medical tourism was increasing in an unstoppable way. According to a Grand View Research, the market size in 2019 was 44,8 billion USD, and the projections for 2027 were 207,9 billion USD (that is a growth of +300%). But with COVID-19 many things happened: borders were closed, flights stopped, countries that used to send their patients abroad couldn't do it to the usual countries and they had to look for another alternative to take care of their patients, countries strengthened their medical services, people feared going out, and then people were very cautious about traveling.

The new data shows a decrease from 2019 to 2020 of 86,2% (6,3 billion USD), and the market size is expected to come back to pre-pandemic numbers by 2024.

- From your experience, do you really think that we will have the numbers (number of patients and billing) that we used to have before the pandemics by 2024?
 - What do you think is needed from receiving countries to keep attracting patients?
3. **MEDICAL TOURISM IN COLOMBIA:** I found on your website that you assessed a project in Colombia in the times of ProExport (now ProColombia) about “a national medical tourism marketing plan” for the country.

- Would you please tell us when was this project designed, and what was the outcome in general terms?
 - Do you remember which were the prioritized cities for this project and why?
 - What do you think are the strengths and weaknesses of Colombia in the attraction of people looking for medical services abroad?
4. **DESTINATION PROMOTION:** From my perspective and experience working in medical tourism, this topic is something that the hospitals cannot do by themselves, and it is completely relevant for medical tourists.
- I know you have already visited Bucaramanga some years ago. Was it easy/difficult to get here?
 - How important do you consider the destination promotion as a way to attract medical tourists?
 - Is destination promotion and positioning important for a patient at the moment of making a decision? Especially when choosing between 2 similar hospitals with similar costs, quality, technology, etc.
 - Would you tell us of destination promotion strategies that you have seen in other countries, for cities that people usually do not know?
5. Finally, I have some topics which I consider important at the moment of building a strategy for increasing the medical tourism in a region, in this particular case is Bucaramanga, and I would like you to rate them from 1 to 5, being 1 not important and 5 very important:

Topic	Rate (1: Low – 5: High)
Interinstitutional alliances: ProColombia + Chamber of Commerce.	
Government support for medical tourism	
Intersectoral strategies (Hospitals + Hotels + Restaurants + Tourism agencies)	
Hospital's commercial activities: Famtrips, medical congresses, digital marketing,	
Health Clusters initiatives.	

Word of mouth of the patients.	
Bilingualism at the hospitals and the city.	
Customer service	
Wide service portfolio	
Concierge service → International patient's office.	

- Which one of them, do you consider the most important at the moment of building a strategy for increasing the medical tourism in Bucaramanga?
- Do you think there's something missing or that we can add to this list?

6. Final suggestions and recommendations.