

EL QUIRÓFANO DE LOS GRINGOS

El gobierno y la iniciativa privada se organizan, por primera vez, para impulsar el turismo médico en México.

POR JESSICA BIGIO

Un grupo de médicos estadounidenses se unió en 2007 para dar un nuevo tratamiento a sus pacientes con cáncer de próstata. Querían aplicar un procedimiento no quirúrgico que ya se usaba en Asia y en Europa, pero que aún no había sido aceptado en Estados Unidos. Los doctores decidieron llegar a un acuerdo con un hospital de México para enviar allí a sus pacientes: eligieron el Galenia de Cancún, que sólo llevaba un año funcionando, y contactaron a su director general, Eduardo Loya. Así es como este hospital —cuenta Loya— comenzó a recibir extranjeros.

Galenia es en la actualidad uno de los hospitales más grandes de Cancún, y el único de México que logró tres certificaciones de calidad: la nacional, la de Estados Unidos y la de Canadá.

Esto le permite probar ante los clientes y las aseguradoras extranjeras que cumple con los estándares internacionales en cuanto a la capacitación de sus médicos y las condiciones de sus quirófanos.

Hasta el cierre de la edición, Galenia no reveló cuántos de sus pacientes son extranjeros.

Este hospital es uno de los que mejor aprovecha el turismo médico de México: pacientes de Estados Unidos y Canadá que llegan al país —a ciudades como Tijuana, Monterrey, Puerto Vallarta y Cancún— a realizarse operaciones de cirugía estética, de pérdida de peso y tratamientos dentales, atraídos por los bajos precios y la calidad del servicio.

México es el segundo destino de turismo médico en el mundo después de Tailandia, según ProMéxico. Recibe un millón de pacientes al año, algo más de 4% de los 23.7 millones de visitantes extranjeros de 2013.

Es un mercado muy atractivo: el gasto promedio de un turista médico está entre 5,000 y 20,000 dólares, cuando el de un turista convencional es de

unos 1,200 dólares. Además, beneficia a dos sectores, el de la salud y el del turismo, pues a menudo el paciente renta un taxi o un auto, contrata los servicios de una traductora y reserva un hotel.

Sin embargo, pese a casos de éxito, como el de Galenia, se trata de un sector poco organizado que no hace todo el negocio que podría.

“Las iniciativas que hoy funcionan son, más que todo, de grupos de amigos empresarios que se asocian, como dueños de hoteles con torres médicas”, dice Manuel Valencia, director de la carrera de Negocios Internacionales del Tecnológico de Monterrey, campus Santa Fe. “Son proyectos buenos, pero que no impactan de manera masiva”. Esta falta de grandes estrategias conjuntas, añade, hace que las empresas de turismo y de salud de los destinos que reciben pacientes extranjeros pierdan oportunidades de negocio.

El gobierno mexicano y la iniciativa privada quieren cambiar la situación y empiezan a organizarse para sacar más dinero con este mercado.

Las Secretarías de Turismo y de Salud tienen planes para apoyar a las empresas del sector a través de campañas de mercadotecnia y programas de financiamiento. Por otro lado, varios grupos de empresarios de turismo y de salud se unieron hace un año para crear alianzas de turismo médico más ambiciosas que las hechas hasta ahora, con la idea de integrar, por primera vez, toda la cadena de servicios que requiere un paciente extranjero: viaje, hotel y hospital.

BIENVENIDOS LOS ENFERMOS

La mañana del 12 de junio, unos 20 directivos de los sectores de turismo y de salud compartieron un desayuno en una salita del hotel Sheraton del Paseo de la Reforma de la Ciudad de México. A esta reunión privada acudieron representantes del gobierno y responsables de hospitales y agencias turísticas y empresas como Hoteles Misión. La Confederación Patronal (Coparmex) asesora a las empresas de las dos áreas en este proyecto.

“Este grupo de hospitales y de agencias turísticas empezaron a ver que se necesitaban mutuamente, y decidieron unirse, aprender a hablar el mismo idioma”, dice Javier Potes, director



Fecha 15.08.2014	Sección Revista	Página 49-52
----------------------------	---------------------------	------------------------

general del Consorcio Mexicano de Hospitales, que reúne a 33 hospitales privados y forma parte de la unión.

El proyecto Turismo Médico Coparmex pretende crear un producto que incluya vuelo, hospital y hotel, para después ofrecérselo a las agencias de viaje y que lo comercialicen en Estados Unidos y Canadá.

“Queremos ser el quirófano de Estados Unidos y Canadá”, dijo en la reunión Luis Prado, director de la consultora turística Estrategias Dinámicas.

La alianza tiene pendiente la asociación de más empresas, como Hoteles City, y una línea aérea, por lo que negocia con Interjet y **Aeromexico**.

La idea es aprovechar más el potencial del mercado. “Quieren ofrecer un todo incluido para las necesidades médicas, algo que no se conoce todavía en México”, dice Valencia.

Ahora, parte del pastel se lo quedan empresas estadounidenses y canadienses, llamadas facilitadoras, que sirven de intermediarias entre el hospital y los clientes y les cobran entre 15 y 30% del costo del tratamiento.

Como primer paso, la Coparmex visitó, en el último año, ciudades como Matamoros, Tamaulipas, Puerto Vallarta, Jalisco, y Villahermosa, Tabasco, donde hay compañías interesadas en fomentar el turismo médico, para explicarles la forma de desarrollar clústeres que reúnan los servicios que necesita el paciente.

“Su idea de empaquetar los distintos servicios (...), como traslado, alimentación y tratamiento, es lo que vende, es lo que se debe hacer”, afirma Armando Mújica, miembro del Comité Evaluador de Proyectos del fondo del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología sobre temas de turismo.

Además, un grupo de más de 30 empresarios de los sectores de turismo y de salud creó el año pasado el Consejo Mexicano de la Industria del Turismo Médico, con sede en Puerto Vallarta y que también busca estrategias conjuntas para fomentar este mercado.

La Secretaría de Turismo, por otro lado, tiene al turismo médico entre sus segmentos prioritarios del sexenio, dijo en marzo a *Expansión* la titular de la dependencia, Claudia Ruiz Massieu.

Sus acciones consistirán en campañas de marketing y programas de financiamiento a las empresas, a través del Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext). En julio, este banco concedió una línea de crédito de 52 millones de pesos a Operadora Cliden, dueña de Dentalia, para la instalación de 20 clínicas destinadas a pacientes extranjeros en ciudades fronterizas y Cancún.

OBSTÁCULOS EN EL CAMINO

Los empresarios aún tienen mucho camino que recorrer para que México sea el quirófano de Estados Unidos y Canadá.

Una de las principales medidas que deben tomar es certificar sus hospitales y clínicas para que los extranjeros tengan una prueba de la calidad de sus servicios, dice Carlos Arceo, presidente del Consejo Mexicano de la Industria del Turismo Médico.

Sólo ocho de los más de 3,000 centros médicos del país tienen la certificación de la Joint Commission International, la más importante de Estados Unidos. “Las certificaciones son muy importantes para nosotros, que no queremos hacer el papel de policías”, dice Pramod Goel, fundador de la facilitadora estadounidense PlacidWay, una de las principales del mundo y que tiene contratos con varios hospitales mexicanos.

La Secretaría de Salud asesora a los establecimientos médicos para que consigan las certificaciones que garantizan su calidad y que exigen muchas aseguradoras y facilitadoras.

El idioma también es una barrera significativa para el desarrollo del turismo médico en México, pues gran parte del personal no habla inglés. “Es un obstáculo importante”, dice Goel. “Me ha pasado que llamo a una recepción y no me puedo comunicar, y eso hace que se pierdan oportunidades de negocio”.

La competencia de muchos países latinoamericanos es otro reto. Costa Rica, por ejemplo, fue uno de los pioneros en el sector y tiene mucha más experiencia, mientras que países como Colombia y Brasil, especializados en la cirugía estética, ya se han ganado una reputación en ese rubro, según Pablo Castillo, CEO de la facilitadora canadiense MedBrick.

BUENO, BONITO Y BARATO

Cassandra Ragan, una enfermera de Idaho, Estados Unidos, quería operarse para quitar el exceso de grasa de su abdomen. Como no podía costear la cirugía en su país, pensó en viajar a Costa Rica. Pero el traslado hasta allí era caro y complejo, así que se decidió por México.

El tratamiento en Cancún, incluyendo una estadía de 10 días para ella y su pareja, le costó 10,000 dólares menos de lo que hubiera pagado sólo por la operación en Estados Unidos, dice.

La calidad del hospital la sorprendió, pero le hubiera gustado que éste le ofreciera una opción para desplazarse en Cancún. “Tuve que tomar taxis todo el tiempo por mi cuenta, y muchas veces me cobraban más de lo que era”, afirma.

John Bennet, un militar de Georgia, al norte de Florida, vino a México en 2013 para una cirugía bariátrica (reducción de peso). Pagó 7,000 dólares, cuando en su país costaba unos 40,000, dice. “Las instalaciones eran como las de los mejores hospitales estadounidenses y la diferencia de precio fue enorme”.

El turismo médico surgió en México hace más de Página 2 4

Continúa en siguiente hoja de

tres décadas y no resultó de ninguna estrategia programada. Nació porque muchos estadounidenses, como Ragan y Bennet, vieron que era posible hacerse operaciones con la misma calidad que en su país, pero más baratas.

En la actualidad es un mercado que sigue creciendo: cada vez hay más estadounidenses que viajan a México para operarse, afirma Valencia, del Tec de Monterrey. Por tanto, agrega, “es un buen momento para generar una estrategia en común que tenga impacto”. ■

20,000 DÓLARES

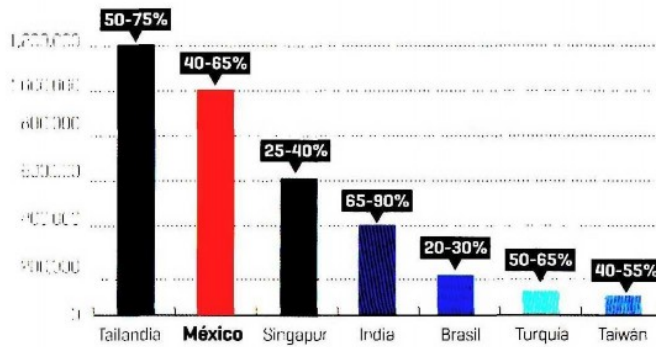
llega a desembolsar un turista médico en México, cuando el gasto promedio de un turista convencional es de unos 1,200 dólares.

Un país hospitalario

México es el segundo destino mundial de turismo de salud. La mayoría de los pacientes que recibe son estadounidenses de California, Arizona y Texas.

Principales destinos de turismo médico. Últimos datos disponibles, de 2012.

% Porcentaje de dinero que se ahorra un estadounidense con respecto al costo sanitario en su país.



FUENTES: ProMéxico y Patients Beyond Borders (un organismo privado estadounidense que recopila información sobre el turismo médico en el mundo).



Sin dieta. El doctor Jorge Treviño atiende en el hospital Galenia de Cancún a muchos pacientes extranjeros que se someten a operaciones para perder peso.