

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL
DE LAS AMÉRICAS**

**Facultad de Ciencias Sociales
Escuela de Relaciones Internacionales**

**“Turismo médico como fuente desarrollo
económico en el comercio exterior, tomando los
casos de la República de Costa Rica y la República
de Colombia (2014-2020)”**

**SUSTENTANTE
Kenneth Gómez Piedra**

San José, noviembre, 2021

Tabla de contenido

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
1.1 Planteamiento del problema.....	11
1.2 Objetivos de investigación.....	16
1.2 Justificación	17
1.4 Antecedentes	19
1.5 Proyecciones	25
1.5.1 Alcances.	25
1.5.2 Limitaciones	27
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	28
2.1 Historia del turismo médico.....	28
2.2 ¿Qué es el turismo médico?.....	29
2.3 Dinámica del sector de turismo médico	30
2.3.1 Variantes de estadía en el turismo médico	31
2.3.4 Actores que participan en el turismo médico.	33
2.5 Comercio exterior	36
2.5.1 Generalidades de la República de Costa Rica.	37
2.5.2 Política de comercio exterior de Costa Rica.....	37
2.5.3 Generalidades de la República de Colombia.....	39
2.5.4 Política de comercio exterior de la República de Colombia.....	39
CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO.....	42
3.1 Enfoque de la investigación	43
3.2 Diseño de la investigación	44
3.3 Fuentes de información	45
3.3.1 Fuentes primarias.	45
3.3.2. Fuentes secundarias.....	46
3.4 Unidades de análisis.....	46
3.5 Instrumentos.....	48
3.5.2 Dar seguimiento a tratados de libre comercio, entre los mercados, decretos y leyes que apoyen al desarrollo económico del sector.	49
3.5.3 Matriz entrevista a profundidad experto en turismo.....	50

3.5.4 Matriz entrevista a profundidad a un especialista del sector en Costa Rica.	50
3.6 .1 Recolección de datos.....	50
3.6.2 Recolección de datos.....	51
CAPÍTULO IV Análisis	52
4.1 Rol de las políticas públicas para desarrollar el turismo médico	53
4.1.1 Políticas públicas.....	53
4.1.2 Políticas públicas de Costa Rica sobre turismo médico.....	54
4.1.3 Políticas públicas de Colombia sobre turismo médico	58
4.2 Diferencias de servicios de salud entre la República de Costa Rica y la República de Colombia.....	61
4.2.1 Servicios de salud de Costa Rica.	62
4.2.2 Servicios de salud de Colombia.....	63
4.3 Oportunidades y retos en dicha industria para el comercio exterior.....	64
4.3.1 Turismo médico a nivel internacional.	64
4.3.2 Turismo médico en la República de Costa Rica.	67
4.3.2.1 Manufactura de dispositivos médicos.	77
4.3.2.2 Formas de promoción del turismo médico.....	79
4.3.3 Turismo médico en la República de Colombia.	82
4.3.3.1 Zonas francas de turismo médico.....	86
4.3.3.2 Formas de promoción del turismo médico en Colombia.....	88
CAPÍTULO V.....	91
5.1 Conclusiones.....	91
5.2 Recomendaciones.....	94
VII Anexos.....	101

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

La investigación que se desarrolla tiene el objetivo de analizar el turismo médico como fuente desarrollo económico, en el comercio exterior, tomando los casos de la República de Costa Rica y la República de Colombia (2014-2020). Esta actividad turística es importante para ambos países, y ha pasado por diferentes etapas. Los de costos y las personas que optan por este tipo de turismo han sido desconocidos para muchos por lo que esta tesis busca darle exposición a esta industria; además, es el corolario para optar por la Licenciatura en Relaciones Internacionales con énfasis en Comercio Exterior

Se va a analizar la necesidad del turista de utilizar una alternativa para poder viajar a otro país en donde se pueda recuperar la salud o bien solventar un problema que en su país de origen tiene un costo elevado o bien no existe dicha especialidad. Puede ocurrir también, que por la densidad poblacional se hace difícil acceder y es ahí donde los países que ofrecen esas alternativas entran y que por la globalización ven la oportunidad de poder incrementar sus divisas, por medio de este turismo; específicamente en este trabajo se estudian dos los países, la República de Costa Rica y la República de Colombia.

Para seguir entendiendo qué es el turismo médico, se puede definir turismo médico según la Organización Mundial de la Salud en 2013 en este sentido: “Personas que viajan a través de las fronteras para recibir un tratamiento médico. En donde los tratamientos más comunes se encuentran cirugías cosméticas, tratamientos dentales, tratamientos de fertilidad y cirugías electivas (Chacón, s.f)”

Esta definición tan concreta que la Organización Mundial de la Salud (citada en Chacón s.f) da para hacer la diferencia entre turismo de bienestar y el turismo médico. La Cámara Costarricense de Salud menciona en la categoría de turismo de bienestar consumirá directamente los servicios típicos de turismo llamase hoteles, restaurantes, transporte, atracciones y demás asociados a viaje de vacaciones; el turismo de bienestar tiene como motivación las vacaciones y ocio.

El turismo médico en el comercio exterior de la República de Costa Rica y la República de Colombia recibe una demanda de pacientes de varios países, pero en su mayoría son procedentes de Estados Unidos y de Canadá. Las motivaciones son diferentes al buscar una alternativa a un problema de salud; los estadounidenses buscan menores costos y los canadienses menores tiempos de atención (Chacón, S.F).

El turista que opta por servicios de salud en un mercado exterior como se mencionó, son estadounidenses de clase media, principalmente mayores de 50 años enfocados en recibir un tratamiento deseado y recuperarse lo antes posible para regresar a su ciudad de residencia, sin gran experiencia como viajeros y acostumbrados a la utilización de medios digitales, estos turistas buscan una solución a un problema de salud existente. Otros que optan por viajar por cirugías plásticas que corresponde a mujeres de 35 y 40 años principalmente de clase media y con mayor disponibilidad para realizar turismo convencional (Chacón, s.f).

El turismo médico abarca diferentes ámbitos de servicios de salud de cada país. Según Chacón (s.f) la demanda de servicios por parte de ese mercado varía según la solución buscada. Los turistas buscan solucionar un problema y no necesariamente hacer lo que usualmente hacen cuando vienen de vacaciones, todo va a depender de esa solución al problema existente y así optarían por más servicios vacacionales de ocio.

Como menciona Chacón (s.f.) en su estudio para la Promotora de Comercio Exterior (Procomer), la oferta, de procedimientos o tratamientos es amplia y algunos de estos procedimientos requieren servicios posoperatorios como cirugías bariátricas y ortopédicas; en otros no se requiere ampliación de servicios posoperatorios, como en el caso de servicios odontológicos y algunos cosméticos. Los costos de los procedimientos varían en cada país, y en cada clínica u hospital,

pero en los principales tratamientos los costos van entre 4000 dólares y 15 mil dólares (Chacón, s.f)

Como se puede ver el turismo médico impacta bastante en el comercio exterior de los países, tanto en sus divisas de cada país como en la importación de equipo ya que los hospitales y clínicas ocupan insumos para los diferentes tratamientos. En consecuencia, impactan otros servicios y así el turismo médico beneficia otras áreas productivas del país. Así también la mayor parte de las empresas buscan brindar soluciones que hagan que el viaje y la estadía de los pacientes sea lo más fácil posible y esto va desde las recomendaciones para hospedajes y transportes.

Se puede concluir que el comercio exterior puede ver como un foco de desarrollo económico el turismo médico ya que abarca diferentes áreas. En este estudio se va a analizar desde diferentes perspectivas, los mercados como el de Colombia ya que es un mercado que se ha desarrollado a través de ciertas políticas que han hecho que se vuelva más competitiva su industria médica hacia esos servicios de salud que ofrece internacionalmente.

Se va a evidenciar en el problema por analizar, que existen factores que han impedido un crecimiento, hablando específicamente en Costa Rica, que es tener una estrategia clara para el sector de turismo médico y que ayuden no solo a mostrarse como un lugar de costos bajos, sino por su calidad profesional en sus servicios. Por ende, es importante investigar este tema desde el punto de vista de desarrollo económico.

1.1 Planteamiento del problema

El comercio exterior tiene muchos ámbitos en donde los países buscan la oportunidad de crecer y aumentar su dinámica, en el presente trabajo se analiza su

desarrollo mediante el turismo médico y como este, puede impactar el comercio exterior de la República de Costa Rica y su comparación con la República de Colombia.

Para entender el turismo médico la República se puede ver en el artículo escrito por Carlos Gómez (2017) llamado “Turismo en salud: ¿una forma de medicalización de la sociedad?” en donde habla que desde tiempos antiguos se da este tipo turismo:

Durante la historia de la humanidad que las personas tengan que emprender largos viajes buscando recuperar la salud se ha dado. Debemos recordar que en la Grecia clásica era famoso peregrinar a la ciudad de Epidauro, particularmente al santuario consagrado a Asclepio, dios de la medicina y la curación. A través de la historia son incontables los lugares en donde las diferentes religiones y las personas han decidido viajar para recuperar la salud existiendo conocidos lugares como La Meca, en la religión musulmana, los observantes judíos, en Jerusalén, o el camino de Compostela, por parte de los católicos (Gomez,2017).

Se puede ver que este tipo de turismo no es nuevo, que ya existe desde tiempo remotos, y da entender que las personas han necesitado buscar alternativas para sus problemas de salud. Esto hace que esta industria exista todavía y más el día de hoy, en que las comunicaciones y avances tecnológicos son más accesibles que en esa época de Grecia clásica, y una forma diferente, es que hoy en día se usa la ciencia aplicada para tratar los diferentes problemas de salud que necesitan resolver las personas.

Sin embargo, la globalización ha intensificado esta dinámica haciendo que las ciudades que tienen alta calidad en la prestación de los servicios de salud busquen atraer a pacientes internacionales para la realización de diversos servicios de salud (Gómez,2017) para que se den varios tipos de pacientes entre los que

están enfermos y necesitan viajar para recuperar la salud, y en sus países que por sus condiciones económicas y densidad poblacional no cuentan con determinadas especialidades o subespecialidades.

El otro tipo de paciente es cuando está asegurado en su país de origen, pero su sistema de salud no cuenta con los recursos ni la tecnología para sus requerimientos o cuando el tratamiento en dicho país es extremadamente costoso y su seguro le ha negado la cobertura (Gómez,2017).

Todo esto da un panorama de la situación de por qué existe un problema a resolver ya que esta industria existe hace tiempo, y en ciertos espacios quedan lagunas para poder desarrollarlo a su máximo y ver como los países pueden tener una oportunidad de poder captar divisas y desarrollar otros sectores al lado del turismo médico turismo médico. Aunque en la República de Costa Rica se cuenta con una amplia área de servicios de salud y con personal especializado el cual goza de un prestigio internacionalmente, existen lagunas y falta de buena promoción por lo que no ha contado con un impacto grande ya que si lo comparamos con Colombia encontramos ciertas asimetrías que no lo dejan crecer a cómo podría llegar.

Parte de la situación a resolver es el hecho que el turismo de salud y atención médica responde a una motivación distinta, el viaje es por razones médicas y responde a una necesidad muy particular de las personas; viajan para resolver un problema de salud que involucra entre otros, atención médica especializada, cirugías, servicios hospitalarios, clínicas, centros de convalecencia y en general instituciones especializadas para brindar tratamientos que involucran la intervención de profesionales en salud, la utilización de equipamiento especializado y planta física igualmente especializada (Cámara Costarricense de Salud, S.F).

De ahí pueden surgir ciertos factores de riesgo a tomar en cuenta en el turismo médico y falta La investigación hecha por Bascuñán (2014) hacen ver como en toda actividad existe un riesgo y que por supuesto en el turismo médico y falta

es también determinante a la hora de tomar la decisión de cuál país le ofrece mayor seguridad.

Los autores Reed (2008) y Leahy (2008) indicaron que existen riesgos únicos ligados con la búsqueda de la atención médica en el extranjero, siendo los principales los que se refieren a la exposición de negligencia médica en el extranjero, las dificultades que se pueden presentar al momento de obtener atención postoperatoria, por último, la posibilidad de adquirir alguna enfermedad infecciosa.

Desde el punto de vista de un cliente potencial, el riesgo percibido implica un esfuerzo mental o psicológico, y puede ser visto como un sacrificio. Se podría concluir que la percepción de un alto nivel de riesgo tiene un efecto negativo en el valor percibido del turismo médico y la oferta de servicios entre los pacientes potenciales.

La investigación hace ver que el riesgo puede poner en duda y cambiar la percepción de viajar por un tratamiento médico, por eso se debe hacer desde sistemas jurídicos que den seguridad para una eventualidad, así también tener personal bien capacitados, equipos especializados y una infraestructura de alto nivel, así minimizar los riesgos que puedan darse.

Todo esto se da para hacer políticas públicas que apoyen diferentes áreas de trabajo para mejorar la calidad, desarrollar infraestructura, contar con personal capacitado, investigación para innovar procedimientos que permita ventaja competitiva en costos y hacer políticas públicas que faciliten la entrada del turista médico. Podemos ver que son muchas áreas de trabajo en donde esta investigación quiere hacer su aporte y no solo la parte del mercado médico, sino toda la parte de importaciones de diferentes insumos e instrumentos que beneficien a terceros con dicha industria.

Por todo lo mencionado en este problema, pregunta que surge y a la cual se desea dar una respuesta es ¿Cómo es el Turismo médico como fuente desarrollo económico, en el comercio exterior, tomando los casos de la República de Costa Rica y la República de Colombia (2014-2020)?

1.2 Objetivos de investigación

1.2.1 Objetivo general:

Analizar el turismo médico como fuente desarrollo económico, en el comercio exterior, tomando los casos de la República de Costa Rica y la República de Colombia (2014-2020)

1.2.2 Objetivos específicos:

1. Describir el turismo médico en sectores específicos como la cirugías cosméticas y odontológicas.
2. Reconocer el rol de las políticas públicas para desarrollar el turismo médico.
3. Establecer las diferencias de servicios de salud entre la República de Costa Rica y la República de Colombia en el periodo 2014 -2020.
4. Estudiar oportunidades y retos en dicha industria para el comercio exterior

1.3 Justificación

Es necesario estudiar a profundidad el impacto del turismo médico en el comercio exterior y dar a conocer cuánto incide entre la República de Costa Rica y la República de Colombia en la entrada de divisas y número de personas que hacen uso de dicho turismo. Su importancia va en qué factores tienen cada uno de los países para diferenciarse entre sí, aparte de los costos que pueden ofrecer a la demanda de dicho mercado internacionalmente.

La investigación consiste en definir qué impacto tiene el turismo médico en el comercio exterior, ir más profundo que ofrecer un servicio de salud a un mercado internacional, en afianzar una industria que provoque un encadenamiento productivo en importaciones y otros servicios que se puedan exportar, como conocimiento y hasta profesionales que se dedican al turismo médico, ya que es bastante competitivo dentro de la industria médica.

Se escogió este tema de estudio porque representa un tipo de turismo que más está creciendo a nivel mundial ya que cada vez las personas acceden al derecho de la salud y también por medio de la globalización ha hecho que los avances tecnológicos y científicos lleguen a los diferentes países y estos puedan ofrecer servicios de salud, con ciertas ventajas como la calidad y precio accesible en donde los turistas en su países de origen no pueden acceder por diferentes razones y lo ven como una oportunidad de mejorar su calidad de vida, utilizando otros servicios de salud internacionalmente, con la misma calidad, menores tiempo de espera de consulta y de costo a pesar que tienen que viajar.

Así se comprenderá como el turismo médico que va más allá de traerse un paciente del exterior a tratarse por un padecimiento, sino se comprenderá la forma que se debe promocionar, ya que tiene diferentes motivos por lo que se debe

desarrollar de diferente forma con el fin de sostener una credibilidad y seguridad a quienes optan por el turismo médico.

Y le concierne a Costa Rica esta investigación por que se analizará la situación del turismo médico desde un punto de vista internacional comparándolo con otro mercado, que es su competencia y ver cuánto impacta en su comercio exterior y no solo porque atrae a turistas para servicios médicos desde el punto vista científico para tratarse algún problema de salud, sino cómo dinamiza su comercio exterior a través de estos servicios.

Por eso esta investigación ayudará entender este sector del turismo que algunas veces está un poco olvidado desde la parte de soporte político ya que se necesita impulsar políticas que den apoyo y desarrollo a esos excelentes servicios que se ofertan ante la demanda surgida.

También la investigación ayudará a saber promocionar este tipo de turismo ya que no es igual al turismo de vacaciones y ocio, ya que este tipo de turismo tiene ciertas particularidades que se podría decir, impactan otras áreas del comercio exterior en cuestión de importaciones y generación de otras industrias como las de dispositivos médicos y desarrollo de ciertos tratamientos desde Costa Rica mediante la tecnología y profesionales que hay en el país

Hablando de las oportunidades que se pueden dar es importante tener una visión actualizada de como un país como la República de Colombia ha ido en crecimiento y como políticas públicas han sido de apoyo para que puedan desarrollar más sus servicios y cuánto se ha proyectado para que dentro de unos años sean tendencia en servicios de turismo médico en el mundo y por consiguiente traer crecimiento en su comercio exterior.

Costa Rica puede ver como una oportunidad el analizar esas políticas y ver cuánto de ellas podrían implementarse para así, ayudar a hacer crecer su comercio exterior por medio del turismo médico, ya que como se sabe para este país es muy importante el turismo en general y es fuente de entrada de divisas en una gran escala y desarrollo de su economía.

En conclusión, el valor académico de esta investigación radica en analizar su impacto del turismo médico en el comercio exterior ya que este involucra varias áreas que no solo son médico y científicas, esto dará conocer a diferentes sectores de la sociedad esas áreas y ayudaría a ver en cuales podría mejorar y apoyar así crear un mejor bienestar social. A luz de estas razones expuestas es posible afirmar que el tema seleccionado cuenta para ser investigado ya que se ha demostrado su valor por el cual debe ser analizado de manera científica y con el fin de crear un documento académico e informativo de interés tanto para la comunidad académica como para la sociedad en general.

1.4 Antecedentes

Tomando como referencia un artículo escrito en Costa Rica sobre el crecimiento del turismo médico, Retana explica (2016, párr.1):

Miles de extranjeros han encontrado en Costa Rica el destino ideal para realizarse diferentes tipos de procedimientos médicos estéticos, de ahí que la demanda en esta industria ha experimentado un alza del 20% anual. La combinación precio-calidad figura como una de las principales fortalezas que ofrece el país, pues se perciben ahorros de entre un 30% y un 80% con respecto a realizarlos en Estados Unidos.

Adicionalmente, un 80% de los especialistas costarricenses vinculados con esta industria poseen formación en el extranjero, siendo este un valor agregado a la hora de promover el servicio, explican en el Consejo para la Promoción Internacional de la Medicina de Costa Rica (PROMED). Otro punto a favor es la imagen de destino seguro y pacífico que perciben del país, variables consideradas a la hora de tomar la decisión de inversión.

En Costa Rica operan dos hospitales privados que cuentan con la acreditación del Joint Commission International que los faculta a atender pacientes

siguiendo el estándar que se ofrece en ese país. A ello se suman 25 clínicas acreditadas ante las autoridades estadounidenses. En promedio algunos centros reciben entre diez y 15 pacientes nuevos al mes. La cosmética dental es la más buscada y en el caso de cirugías plásticas, los servicios más apetecidos son el levantamiento de párpados y cejas, liposucción y reducción o aumento de pechos, señala un estudio elaborado por la Promotora de Comercio Exterior (Procomer).

Los estadounidenses son quienes en su mayoría se realizan un tratamiento fuera de su país. En el último año se contabilizaron entre 1,4 millones y 1,5 millones. Sin embargo, a nivel mundial son más de 14 millones quienes viajan para realizarse algún tipo de procedimiento médico. En Costa Rica ingresaron unos 50 mil extranjeros con la idea de invertir en tratamientos médicos con especialistas nacionales.

Aquí entendemos que la cirugía estética y reconstructiva y cosmética dental es la más provechosa, para el turismo médico ya que son las más buscadas en donde el precio y la calidad están de la mano. Solo para el año 2016 ingresaron aproximadamente en unos 50 mil extranjeros para algún tratamiento subiendo un 20% anual los servicios médicos en Costa Rica.

En otra investigación hecha por Arias (2012) para Colombia, explica las diferentes fases del turismo médico y sus definiciones desde años atrás en donde explica que el turismo médico viene de tiempos antiguos

El turismo de salud ha presentado un notable crecimiento en los últimos años, aunque desde tiempos remotos (Grecia y Roma antigua) este se ha venido dando con diferentes grados de presentación y desarrollo. En la actualidad, son muchos los turistas que viajan a otros países para hacer turismo de salud, ya sea en la categoría de bienestar o en las categorías médicas (Arias,2012)

Asimismo, Arias (2012) en su estudio hace un análisis de cómo han ido evolucionando las definiciones de turismo médico turismo médico en la historia según Arias va desde una perspectiva raramente económica hasta la que se da hoy en día que busca un bienestar de la salud de las personas entonces menciona:

En Schullern (1911) se encuentra una de las primeras definiciones sobre el turismo desde una perspectiva meramente económica. Él consideró que el turismo es el concepto que comprende todos los procesos, especialmente los económicos, que se manifiestan en la afluencia, permanencia y regreso del turista hacia, en, y fuera, de un determinado municipio, estado o país.

Para De La Torre Padilla (1980), el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. En la actualidad, la Organización Mundial del Turismo (OMT), define al turismo como el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado (Arias,2012)

Como se menciona según Arias ya con la definición de turismo se puede dar un mejor entendimiento de turismo de salud:

El turismo de salud abarca a todas las formas en las cuales los pacientes viajan a otros países en la búsqueda de una mejoría de la salud (García-Artes, 2005). Casi igual, Ross (2004) arguye que el turismo de salud ocurre cuando las personas viajan de su lugar de residencia por razones de salud. El turismo de salud es un concepto afortunado que describe la fenomenología asociada con los viajes, que por razones de salud o de bienestar, realizan las personas al extranjero o fuera del lugar donde viven.

La definición internacional de turismo de salud dice que es el proceso en el cual una persona viaja por fuera de su lugar de residencia con el objetivo de recibir servicios de salud o de bienestar (Arias, 2012).

El concepto de turismo médico es más útil para distinguir la realización de determinadas intervenciones médicas y médico-quirúrgicas. El resto de los servicios favorables para la salud que reciben los turistas, distintos de intervenciones médico-quirúrgicas, pertenece a la categoría de bienestar. Más concretamente, el turismo de salud se divide en dos grupos: bienestar y el turismo médico. No obstante, es posible añadir otros grupos de turismo de salud, pero la anterior es la distinción básica al respecto y la más utilizada (Arias 2012).

De esta forma la evolución del concepto de turismo médico Schiller ha ido cambiando y haciendo diferencia a lo que es turismo de bienestar y sus servicios con relación al turismo.

Causas del turismo médico son por varias razones por la cual se decide un paciente para ver como una opción al buscar una solución a un problema físico y puede ser por varios factores.

En cuanto a las causas del turismo de salud Horowitz y Rosensweig (2007), Naciones Unidas (2009) y Kramer (2011) resaltan el hecho de que una proporción importante de turistas de salud provenientes de Australia, Europa, Japón y en mayor medida de los Estados Unidos, carecen de seguro médico o tienen una cobertura insuficiente. En el 2005, el Centro de Presupuesto y Prioridades Políticas de los Estados Unidos informó que 46,6 millones de estadounidenses no tenían seguro médico (Arias,2012).

Arias (2012) en su estudio, menciona que también hay un grupo de pacientes que viajan al extranjero porque buscan garantía de calidad en los procedimientos que demandan. Estos pacientes buscan la última tecnología y procedimientos a la vanguardia de la medicina. Esto hace que se vuelva atractivo para los países dicha industria.

El turismo médico es una alternativa para enviar a sus trabajadores a ser tratados por empresas estadounidenses en países como Costa Rica según el artículo hecho por Umaña (2020):

En el artículo escrito por Umaña (2020) “Costa Rica como destino médico: compañías estadounidenses envían a sus empleados a atenderse en el país” explica que un tratamiento en Centroamérica cuesta \$20 mil dólares ya que su país de origen costaría \$50 mil y el estadounidense es trabajador de la empresa HSM y fue atendido en el Hospital Cima.

Según Umaña (2020) estos tratamientos generan ganancias de \$480 millones de dólares en el país para el año 2017, según la cuenta satélite de turismo del Banco Central de Costa Rica (BCCR). Hay alrededor de 70 mil turistas que vienen a Costa Rica cuya motivación principal del viaje es recibir servicios de salud.

Con un crecimiento de 10% a 15% es una actividad económica que va creciendo. Las estimaciones que Umaña menciona en su artículo son que el 83% de quienes visitan son de Estados Unidos; el otro 10% de Canadá.

La investigación realizada por Roa (2014) concluyó que los procedimientos más solicitados por los turistas médicos internacionales son los implantes (63%) y las coronas dentales (37%) con iguales porcentajes para las especialidades de implantología y prostodoncia respectivamente.

El ingreso económico mensual para el profesional para ambas técnicas es alto, comparado con el salario mínimo establecido para un licenciado universitario. Para el caso de los implantes el ingreso mensual equivale a \$9.098 por realizar un total de 7,9 implantes (promedio de implantes realizados al mes), con un promedio de \$1,151.6 por procedimiento (Roa,2014)

La promoción del turismo médico tiene varias barreras que perjudican y afectan su crecimiento y en este estudio de Arias (2016) habla de Colombia Cartagena de Indias. El artículo se llama “El turismo médico en Cartagena “Oferta y Barreras” habla del interés del Gobierno colombiano por turismo médico donde toma ejemplos de países como India, Jordania, Filipinas, Grecia y Singapur que promueven muy activamente el turismo médico y lo incorporan en sus campañas nacionales e internacionales de *marketing* turístico.

Según Arias (2016), en el caso de Colombia, aproximadamente desde el 2009 el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo viene promocionando la actividad del turismo médico a través del Programa de Transformación Productiva. Recientemente se lanzó el sello “Colombia es Salud, Exportador de Servicios de Salud y Bienestar”, con lo cual se pretende destacar el compromiso, innovación y calidad en la prestación de los servicios de salud; esto da para ver lo importante que es para Colombia el turismo médico siendo así un capitalizador del mismo. El Gobierno colombiano tiene políticas públicas que ayudan a crecer y mejorar la calidad de los servicios médicos y así garantizar a los turistas que puedan tener seguridad y confianza en el personal médico así poder tratar su problema de salud. Arias (2016) menciona que en su estudio se habla de una zona muy importante en Colombia para el turismo de bienestar y por supuesto médico como lo es Cartagena de Indias.

Para Arias (2016) lo ideal es que el sector del turismo médico de Cartagena construya su propia marca con una imagen a partir de la buena reputación que tienen los médicos y la calidad de los servicios que prestan y consiste en crear un tipo de organización que los pacientes puedan reconocer fácilmente desde cualquier punto del globo y a la cual puedan acceder con confianza y seguridad.

Se han impulsado políticas de parte del Gobierno como apoyo para la capacitación del personal en idioma extranjero y para la conformación de núcleos empresariales con la ayuda de las cámaras de comercio locales. Recientemente, se lanzó el sello “Colombia es Salud” para darle mayor visibilidad al sector a nivel nacional e internacional. También se implementó una herramienta de autoevaluación para el sector hotelero interesado en hospedar a estos turistas de la salud (Arias,2016).

Con lo anterior se percibe que la actitud del Gobierno es favorable hacia el sector. Sin embargo, las necesidades de salud local y la escasa infraestructura

hospitalaria son un obstáculo para el desarrollo del turismo médico, dado que los hospitales y los profesionales de la salud están ocupados ante esas necesidades (Arias,2016).

Se evidencia como autoridades colombianas están apoyando el sector a pesar de esos obstáculos y esas políticas buscan impactar su comercio exterior, poniendo al sector del turismo médico como de interés nacional; claro el mismo estudio menciona problema de infraestructura y que de parte del Gobierno puede impulsar cierta excepción de impuestos para la adquisición de equipo especializado para ser utilizado en turismo médico, además de crear una marca país que como se ve en ese estudio Cartagena no cuenta con ese sello como otras ciudades de Colombia si cuenta (Arias,2016)

1.5 Proyecciones

Con la presente tesis se van a establecer las limitaciones y alcances de la investigación, tomando en cuenta todos los objetivos planteados con anterioridad. Asimismo, se analizará el enfoque y el diseño de la investigación tomando en cuenta la problemática del turismo médico como fuente de desarrollo en el comercio exterior, propiamente entre la República de Costa Rica y la República de Colombia (2014-2020).

1.5.1 Alcances.

El turismo médico en los países que se va a analizar tiene ciertos sectores específicos como lo son las cirugías cosméticas y odontológicas y cómo estos impactan otras áreas productivas y a la vez en qué consisten estos servicios y cómo promocionar estos servicios.

Mediante esta investigación se estudiarán políticas públicas que poseen ciertos países y comparar las que tienen tanto Costa Rica como Colombia apoyar y desarrollar el turismo médico en el mercado internacional, y cómo se produciría un encadenamiento productivo en otras áreas del comercio exterior de ambas naciones.

Las oportunidades y retos que se van a ver en esta investigación son desde que el turismo médico puede impactar sectores como la importación de equipos especializados, hasta explorar nuevos mercados aparte de los usuales, y también mediante avances tecnológicos desarrollar apoyo en diseño de aparatos médicos. También los retos que existen en infraestructura, capacitación del personal y de hacer políticas que se ajusten a la industria para poder entender cómo funciona el turismo médico, que no es igual al de vacaciones y ocio.

También se analizarán las diferencias que existen en los servicios de salud de Colombia y Costa Rica en cuestión de número de clínicas y especialistas, así como infraestructura en cuanto a lugares de convalecencia y múltiples aeropuertos en las ciudades que promocionan el turismo médico. En este apartado se hará una comparación entre ambas naciones entre el 2014 y 2020.

1.5.2 Limitaciones

De acuerdo con los alcances establecidos, no se va a investigar otro tipo de turismo y servicios que no sean los señalados en este trabajo. Ni otras tendencias de mercado se van a considerar en dicha investigación. De igual forma, en este estudio tampoco se van a incluir aspectos relacionados con procedimientos médicos y odontológicos relacionados a los tratamientos de los pacientes.

No se analizará en términos cuantitativos el tema de esta investigación y tampoco la política nacional de la de la República de Colombia, como la de República de Costa Rica. No se estudiarán los procedimientos que tienen que ver la estadía y funcionamiento de esos lugares, más que de una oferta comercial, como apoyo al turismo médico.

Respecto al tiempo aproximado para recolectar toda la información y hacer todo lo estipulado en el marco metodológico es de dieciocho semanas, por ende, factores que salgan en el tiempo y no estén dentro del marco de la investigación no estarán sujetos a ser incluidos debido a los factores mencionados anteriormente.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

En este capítulo se realizará un análisis que describa los diferentes sectores involucrados en el turismo médico, tomando en cuenta, que este ha sido una de las alternativas que hacen que la industria médica se dinamice en diferentes sectores. Esto surge de la necesidad del acceso a servicios y bienes médicos de diferentes pacientes alrededor del mundo; razón por la que deban desplazarse alrededor del mundo.

Debido a situaciones como la falta de cobertura de un seguro médico o si el paciente requiere de un procedimiento de alta complejidad se ve en ellas una oportunidad para el turismo médico, o bien simplemente por escasez de médicos especialistas en su país de origen. En este capítulo se estudiarán los diferentes tratamientos y su impacto en la parte económica de cada país no como procedimientos médicos sino en su efecto y servicios que se ofrecen en cada país y como se desencadena ese efecto en la economía, porque no solo es ir a hacerse procedimientos médicos, sino cómo estos impactan diferentes sectores de la economía local en cada país.

En conclusión, se podrá llegar a entender la dinámica del sector de turismo médico y todo lo que involucra su industria hasta la parte de industria secundarias como sectores de aerolíneas, hoteles y demás sectores.

2.1 Historia del turismo médico

Desde la antigüedad se da el turismo médico, ya que se daba la movilidad entre las localidades que trajeron consigo costumbres para mejorar el estado físico y mental, combinándose con creencias que varían dependiendo de la civilización que se estudie. Por ejemplo, la antigua Grecia, las propiedades de las aguas termales se asociaban con la bondad de dioses mitológicos.

El intercambio cultural y económico permitía la expansión del significado de salud y bienestar que aún permanece en la civilización actual occidental (Puente,2020). Se puede visualizar que no es de ahora esta actividad en la

economía y desde tiempos antiguos ya impactaba diferentes sectores de la dinámica económica.

Por su parte un país como la India ha dado un gran aporte en cuanto a la medicina no occidental que se ha propagado por todo el mundo, igualmente a partir de las interacciones, culturales, económicas, y la creciente necesidad de occidente para intentar alternativas de curación y prevención de enfermedades sin recurrir a medicamentos con compuestos farmacológicos (Puente,2020).Esto permitió desarrollo de instrumentos quirúrgicos como navajas, cuchillas, agujas, pinzas, sondas, ventosas, vendajes y otros.

Lo mencionado por Puente (2020) demuestra que todo este movimiento económico de salud desde siempre ha estado alrededor del sector a diferencia que ahora impacta otros sectores como centro de salud, aerolíneas, hoteles y demás.

Esos otros sectores del mercado que se involucran son centros de investigación médica y hasta la inversión extranjera directa en términos de diseño y confección de dispositivos médicos como se vio desde los inicios de la cirugía se ocuparon diferentes instrumentos que hoy en día se siguen usando y hasta más con mayor tecnología y todo eso es parte de la industria médica y hace que los países hayan apostado por atraer esa industria a sus diferentes áreas productivas. Los servicios globales médicos son un conjunto de áreas que consecuentemente impacta el turismo médico.

2.2 ¿Qué es el turismo médico?

El turismo médico posee ciertas definiciones que deberían analizarse y a la vez se deben aclarar, para poder entender a qué se refiere ese término y actividad en una economía. Así poder ver que desde tiempos muy antiguos se da el turismo médico y que no pertenece solamente a estos tiempos posmodernos. El objetivo también es ver su dinámica como alternativa para mejorar o mantener su estado de salud.

Según Puente (2020) el turismo médico se refiere a viajar con el propósito expreso de obtener servicios de salud en el extranjero. Las personas que desean acceder a procedimientos como cirugías cardíacas, ortopédicas, dentales, y plásticas van a los países de destino clave que se sabe que brindan atención a pacientes internacionales.

En esta definición se da una simple posición sobre lo que se entiende como turismo médico, pero alrededor del estudio se podrá analizar que es más profundo de lo que se piensa, aunque en sí es acceder en algún país extranjero a un tratamiento. Ahora bien, el turismo médico se ha impuesto como alternativa para mejorar el estado de la salud de las personas en el desarrollo público y privado ha consolidado segmentos de mercado con resultados a futuro en diferentes áreas del comercio exterior de un país.

Entonces la industria de la salud global desde una óptica más amplia puede ser definida según Chacón (S.F) Promotora de Comercio exterior (Procomer) como el conjunto de actividades económicas que desarrollan entre actores de distintos países y que tienen como objeto una transacción, compraventa, desarrollo de proyectos o apertura de nuevas operaciones en servicios relacionados con la salud.

Mediante esta definición se amplía más el concepto de lo que es el turismo médico y como se da el encadenamiento productivo en otras áreas de la economía en determinados países. Este tipo de actividad económica impacta otros sectores como la atracción de compañías dedicadas a la confección de dispositivos médicos, y hasta de investigación médica.

2.3 Dinámica del sector de turismo médico

Según Pacheco (2020) la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) divide los tipos de pacientes con las siguientes características:

- a) Esta el primer grupo pacientes en vías de desarrollo o pobres hacia Estado desarrollados buscando calidad o procedimientos innovadores que aun necesitan de reconocimiento internacional para ser popularizados.

- b) El segundo grupo pacientes que van de un país en vía de desarrollo a otro por la garantía de acceso a servicios sin importar la nacionalidad del beneficiario un ejemplo de eso son países como Colombia donde migrantes de Venezuela cuentan con acceso a servicios sanitarios de alta complejidad, previo registro. En el caso de Costa Rica recibe pacientes migrantes buscando un acceso mejor a un sistema de salud o por su condición migratoria reciben su atención médica en Costa Rica.
- c) El tercer grupo sería el de pacientes de países desarrollados hacia países en vías de desarrollo buscando costes que no pueden permitirse en sus países de origen.

En el cuarto grupo están los pacientes que van a otros países desarrollados buscando innovación o procedimientos prohibidos y complejos en sus países de origen. Un ejemplo de este tipo es la contratación de vientres de alquiler que aun cuando se pueda conseguir en países en vías de desarrollo hay probabilidades de riesgos legales en la cadena de oferta Pacheco (2020).

La división que hace la OCDE sobre los tipos de pacientes hace ver que no es solo el paciente de primer mundo en busca de mejores precios en su tratamiento, sino que trasciende hasta factores de tipo político y social que hace que las personas tengan que buscar un mejor lugar en donde tratar su padecimiento. Otro tipo de paciente busca que su procedimiento tenga respaldo de tipo legal. Demuestra que es más amplio el mercado de lo que parece y no solamente comúnmente se cree que solo es paciente de primer mundo viajando a un país en vías de desarrollo a tratarse.

2.3.1 Variantes de estadía en el turismo médico

Se puede tomar un factor importante es la estadía de esos pacientes en el sitio de su tratamiento según OCDE hay 2 variantes que serían las de los visitantes temporales, son aquellos que se someten a procedimientos médicos aprovechando

una estancia corta en el lugar de destino y usualmente son procedimientos de baja complejidad y mínima invasión o casi inexistente, puede que sean financiados por cobertura de seguros adquiridos en el país de origen (Puente,2020).

Está también la variante de estadía de residentes de larga estancia son usuarios que cuentan con una estadía de más de tres meses para someterse al procedimiento deseado o necesitado y por lo cual necesitan recuperarse de las secuelas y aprovechar para realizar actividades de turismo tradicional que no implique un gran esfuerzo. Este usuario también por lo general está acompañado y esto representa un ingreso para otras áreas de la industria, sea del sector turismo y salud (Puente,2020).

Las variantes tanto de larga o corta estadía representa un movimiento a la industria grande hace ver como se mueve la dinámica del sector y se puede hablar de un par más de tipos de variantes de estadía, pero ese fenómeno tiene ciertas características y por lo general se da en países de la Unión Europea por que se beneficia de los vacíos en las normativas y generalidades que les permite acceder a procedimientos médicos a costa de sistemas públicos sanitarios ya que son países todos pertenecientes a la Unión Europea.

El otro tipo sería los pacientes subcontratados. Se caracteriza por pacientes que subcontratan servicios de intermediación para adquirir una atención para medicamentos o productos que son difícil de adquirir en su país de origen y en este tipo de variante se usa para trasplantes de órganos que no encuentra en sus países de origen.

Todos estos tipos de variantes hacen ver como algunos sistemas sanitarios son permeables y muchos usuarios se aprovechan del mismo sistema para sacar provecho y hacer presión sobre otros sistemas sanitarios, volviéndose así en cierta forma perjudicial ese tipo de turismo médico para ambos países involucrados en esta industria.

2.3.4 Actores que participan en el turismo médico.

Existen varios actores en la dinámica del turismo médico según lo menciona Pacheco (2020) y estos hacen diferentes funciones y muchas veces intervienen de diferente manera en la cadena de acceso y funcionamiento de la industria, se analizará cada uno de ellos y ver su impacto.

Muchos gobiernos de países de destino médico aprovechando la movilidad internacional de salud, buscan generar espacios de crecimiento para desarrollar este tipo de industria. Un ejemplo, las facilidades para la creación de zonas de salud, así como incentivos tributarios que fomenten el crecimiento de la oferta del turismo médico.

Médicos, enfermeras(os), y hospitales del país destino representan los tres componentes que son esenciales en la oferta internacional de servicios y bienes médico-turísticos. De esta forma, los centros de atención médica optan por contratar a profesionales de la salud con educación internacional con manejo de idiomas y algo importante a tomar es el conocimiento de en protocolos internacionales que mejore la experiencia. Los hospitales se preocupan por generar espacios significativos poniendo en práctica los protocolos internacionales y haciendo una comunicación más fluida con los pacientes.

Las organizaciones de acreditación internacional en servicios sanitarios y relacionados sirven de agentes de control privado que garantiza que lo que se oferta realmente se cumple. Esto es garantía especialmente necesaria en países en donde existen pocos instrumentos para el monitoreo.

Para lograr realizar el proceso de acreditación se necesita de recursos económicos que pocas entidades pueden cubrir, situación que hace que sean pocos los oferentes debido a que esta condición lo hace menos accesible a quienes

carecen de capital para invertir. Quienes sí logran aprovechar este beneficio son los hospitales que, por su naturaleza, son los únicos aptos en la oferta de procedimientos de alta complejidad.

Un ejemplo de una organización de acreditación internacional sería la The Joint Commission (JCI) que fue fundada en 1951 es una organización sin fines de lucro, está ubicada en Estados Unidos de América acredita múltiples programas y organizaciones de atención médica. La JCI evalúa en los hospitales sea lo general o las especialidades y toma en cuenta cosas como los accesos y continuidad de los servicios. El cuidado de los pacientes, anestesia y cuidado en la cirugía, la administración de su medicación, los derechos y educación de la familia y de los pacientes, la calidad de la administración y seguridad, calidad y educación del equipo médico y administración de la información (Pacheco, 2020).

No solamente acredita hospitales, sino centros de cirugía ambulatoria, organizaciones de salud conductual, casas de atención médica domiciliaria, da certificaciones de ortopedia y asilos de ancianos. Deben cumplir para obtener las certificaciones, 6 estándares en materia de calidad y seguridad integral del paciente y tienen que cumplir con 100 normativas de calidad y lugares como los hospitales son evaluados cada 3 años.

Este proceso acreditación da garantías que permite a los evaluados debatir cuando algunos de los 6 componentes no se consideran cumplidos. Aun así, la JCI es una de las organizaciones internacionales más seguidas e influyentes en la atención y conceptualización de protocolos de atención medica internacional siendo seguidas por clínicas y hospitales relevantes en la atracción de pacientes internacionales.

Se ha visto que la JCI es importante y relevante lo que pasa que para algunas clínicas es complejo y no dan el paso por que es visto como pesado a la hora de cumplir con el protocolo o quizá esas clínicas son pequeñas con procedimientos

ambulatorios que no lo requieren según ellas, porque no poseen un volumen de pacientes alto y algo que los hospitales sí lo hacen por los tratamientos de alta complejidad y eso ayuda a mejorar su atracción y calidad para pacientes internacionales. También debemos anotar que es un proceso caro (46 000 dólares) que algunas de esas mismas clínicas pequeñas no lo pueden costear.

Los facilitadores son agentes encargados de conectar a los demandantes y oferentes de servicios médicos. Usan medios como el internet y las aseguradoras del país destino y su función es informar sobre los procedimientos médicos y los paquetes médico turísticos. Sin embargo, son esenciales para que la actividad se desarrolle y sea eficiente se les llama fallas de mercado por su veracidad en la información que dan al paciente internacional a veces no suele ser transparente como lo requieren los pacientes

Las empresas facilitadoras bien canalizadas pueden dar un arreglo y buen viaje al turismo médico estas hacen un buen conecte entre los actores para que sea una experiencia y conocimiento en el servicio del turismo médico, y otro punto sería que sintetizan en un solo punto de contacto la consulta posoperatoria y apoyo logístico para el viaje.

Estas empresas son importantes, como se ha visto, pero el problema que presentan algunas son sus costos a la hora de cobrar las tarifas y eso hace que suban los procedimientos médicos en cada mercado y los haga menos competitivos con respecto a otro y por eso se aduce que pueden ser una falla de mercado por esas situaciones.

Se determinó, que existen varios actores que son determinantes para el desarrollo de estos servicios globales de salud, y como se fue analizando, cada uno en la cadena productiva tiene un valor determinante que impacta en actividades económicas secundarias y provocan que sea una industria importante en el comercio exterior de los países que se han involucrado en esta actividad.

2.5 Comercio exterior

La definición de Ramos (s.f) sobre lo que significa el comercio exterior, hace referencia al intercambio de bienes o servicios existente entre dos o más naciones con el propósito de que cada uno pueda satisfacer sus necesidades de mercado. Además, hace énfasis en que se encuentra regulado por normas, tratados, acuerdos, y convenios internacionales entre los países para simplificar sus procesos y busca cubrir la demanda interna que no pueda ser atendida por la producción nacional.

En esta definición se analiza la necesidad de los países por tener una relación comercial y así poder satisfacer necesidades uno con otros y usan diferentes mecanismos para poder hacer más dinámico su intercambio comercial y como se menciona, tratando de simplificar pasos y así poder acceder a los bienes o servicios que se requieren de uno y otro Estado.

Existen dos actores básicos en esa relación que serían el Estado que determina la política económica, industrial, y comercial, encaminada a fomentar la actividad de las empresas nacionales en el escenario mundial, y el otro actor son las empresas que participan como una unidad de producción o cambio de servicios o bienes y persiguen la obtención de beneficios económicos (Ramos, s.f).

Esos dos actores son sumamente importantes en toda la dinámica del comercio exterior son los más básicos que intervienen, pero no hay que olvidar organismos internacionales como la Organización Mundial del Comercio y en específico en el turismo médico consulta posoperatoria las organizaciones de acreditación internacional. Todo va en satisfacer las necesidades que los Estados requieren solventar por medio de lo que las empresas ofrecen.

Algunas ventajas cada país se especializa en aquellos productos donde tienen más eficiencia y le permite utilizar mejores sus recursos, los precios tienden a ser más estables, hace posible que un país importe aquellos bienes cuya producción interna no es suficiente y no sean producidos y se da un equilibrio entre escasez y el exceso. Todo eso es lo que puede aportar el comercio exterior a los diferentes países y como estos pueden desarrollar y hacer crecer sus medios de producción.

2.5.1 Generalidades de la República de Costa Rica.

Es un país pequeño situado en América Central con una superficie de 51 100 km² y se ha caracterizado por potenciar el turismo que está valorado como uno de los destinos más buscados internacionalmente y siendo este una de las fuentes de ingreso más importantes. Su división es de 7 provincias que son Alajuela, Cartago, San José, Guanacaste, Heredia, Puntarenas y Limón, su capital es San José. Tiene una población aproximada de 4 500 000 y es una república democrática dividida en tres poderes Poder Ejecutivo, Legislativo y Judicial (FAO, s.f)

2.5.2 Política de comercio exterior de Costa Rica

La política de comercio exterior es parte integral de la estrategia de desarrollo del país, identifica al crecimiento económico como un ingrediente esencial para aumentar el bienestar de la población, mediante generación de empleo y condiciones que favorecen el dinamismo y solidez macroeconómicos (Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica, s.f).

Bajo la tutela del Ministerio de Comercio Exterior (COMEX) que sirve de rector de la política comercial e inversión externas, la entidad tiende a impulsar el crecimiento económico del país y promover la diversificación de la oferta

exportable y de sus mercados de destino y abrir nuevas y mejores oportunidades para la población. Todo eso se hace para que el país aumente su comercio exterior y pueda aprovechar mejor sus recursos y las empresas locales puedan tener una mejor oportunidad en los mercados internacionales y en específico las de turismo médico que son las que este estudio está analizando.

Para la ejecución de la política exterior intervienen las instituciones como Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER) y la Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (CINDE) trabajan estrechamente las tres instituciones para articular una política de Estado en la materia y para lograr los resultados que el sector de comercio exterior necesita.

Esta cohesión hace que fluya el comercio exterior en Costa Rica y se pueda ver una oportunidad de crecimiento para las diferentes empresas, ya sea las que directamente estas ligadas como las secundarias, ya que estas instituciones apoyan grandemente al comercio exterior y en especial a todo lo que involucra la industria médica. Estas industrias secundarias alrededor del turismo médico son parte de esa política fuerte de atraer en inversión extranjera directa en donde son empresas productoras de dispositivos médicos y de diseño que han venido al país y que han ayudado al desarrollo y al crecimiento.

Los ejes de la política exterior serían los objetivos del comercio exterior, en donde hay puntos como la inversión extranjera directa, negociaciones comerciales, la administración y aprovechamiento de acuerdos comerciales y fortalecimiento de la competitividad del país. Esos objetivos son los que incentivan al comercio exterior y bajo esos ejes las empresas han tomado confianza y accedan al mercado internacional; sin embargo, a muchas de esas empresas les falta aprender o se les ha complicado, sobre como participar en el concierto de las naciones y así ampliar sus ingresos.

2.5.3 Generalidades de la República de Colombia.

Se ubica en el extremo noroccidental de América del Sur, con una superficie de 1 141 748 km², tiene costas en el Pacífico y en el Atlántico. Tiene una población de 51 050 000 millones de habitantes y su capital es Bogotá. Es una república presidencialista y dividida en el presidente de la república, los gobernadores departamentales, alcaldes municipales, los congresistas, diputados departamentales y concejales municipales, elegidos través de voto popular. Su sistema político se divide en Poder Ejecutivo, Legislativo y Judicial (La Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, 2021).

2.5.4 Política de comercio exterior de la República de Colombia.

La política de comercio exterior representa un 0,19% de las exportaciones del planeta y el 3,5% de las de América Latina y las exportaciones de Colombia se concentran en café, petróleo, y banano y esto se añaden carbón, oro y flor cortada. La política de comercio exterior de Colombia promueve también que se incrementen las exportaciones, enfocada a generar valor agregado a los productos y exportar más a través del plan exportador y del aprovechamiento de los acuerdos comerciales y mejoramiento algunos acuerdos comerciales como el Brasil, El Salvador y Argentina (Parra, s.f).

Colombia ha apostado por abrir sus fronteras al mercado internacional y atraer inversión extranjera directa, el poder agregarle valor al producto agrícola del que todavía dependen como el café y el mismo banano es un objetivo para poder ser atractivos en el mercado internacional y poder posicionarlos. También ha suscrito acuerdos comerciales con diferentes países para poder dinamizar su mercado y poder entrar de una manera más fácil a esos mercados.

Se puede ver la importancia del comercio exterior para Colombia debido a que muestra un importante interés por desarrollar tecnología y ser un atractivo para que empresas, puedan invertir en el país y que sus empresas se vuelvan atractivas en el mercado internacional. Usando diferentes mecanismos de crecimiento ya sea zonas francas, excepción de impuestos y demás.

2.5.5 Relaciones comerciales entre la República de Costa Rica y la República de Colombia.

Costa Rica y Colombia han formado una relación comercial muy tangible alrededor de la historia y hasta tal punto que en el año 2012 iniciaron una conversación para hacer más directa su relación y fue por medio de un tratado de libre comercio que firmaron en el 2013. Durante el periodo 2009-2018 según el Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica el flujo comercial bilateral fue un promedio anual de \$404 millones mostrando un crecimiento anual de 0,3% y las exportaciones tuvieron un crecimiento anual de 4,5% y las importaciones disminuyeron 0,3% por año.

Las exportaciones fueron para el año 2018, de \$ 56 millones de dólares y los principales productos dispositivos médicos, plomo en bruto, llantas, manufacturas de hierro o acero, preparaciones alimenticias, medicamentos, tapones, y tapas de metal, pilas y baterías eléctricas, tubos y accesorios de tubería de plástico y juntas o empaquetaduras de caucho (Ministerio de Comercio de Exterior de Costa Rica, 2019).

Se desprende del análisis de la información, que Costa Rica y Colombia tienen un hoy en día nexos importantes a nivel comercial a tal nivel que las exportaciones de cada uno han crecido y por ende tuvieron que realizar un tratado de libre comercio para estrechar aún más esa relación bilateral y poder así crecer juntos comercialmente y proponiendo esta comparación entre ambas naciones se puede aprender de una y otra de lo que hacen para dinamizar su comercio exterior

ya que ambas lo ven como motor de crecimiento en sus economías y para sus mercados internos.

En este capítulo se estudian los conceptos de turismo médico y de comercio exterior y esto ayuda entender cómo las naciones intercambian e impulsan sus industrias para crecer económicamente y de qué forma estas desarrollan vínculos comerciales y esto a su vez, nos ayuda analizar el turismo médico la República como industria, el cual sirve como medio de desarrollo económico en el comercio exterior en este caso de Costa Rica y Colombia. Se vio la relación comercial de ambas naciones y cuán importante es como fuente de desarrollo de las dos naciones.

Se analizaron las características de esa relación y cuánto ha crecido entre los dos mercados comerciales. Por sus particularidades se puede entender que ambos Estados pueden sacar provecho de esa relación comercial y aprender específicamente cómo el turismo médico desarrolla su economía e inversión. En conclusión, este apartado tuvo como resultado el tener un mejor panorama del turismo médico y de los mercados a estudiar y comparar para poder así, profundizar en el análisis de esa industria.

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

En este apartado de la investigación se desarrollará lo necesario para poder hacer el análisis, entonces se dará el enfoque de la investigación y las fuentes que se necesitaran. También las variables necesarias que sustentarán todo este trabajo, así como el proceso de recolección de la información.

El enfoque cuantitativo usado en este estudio no se inicia con ideas preconcebidas sobre cómo se relacionan los conceptos, sino una vez reunida la información se analiza para determinar significados y describir el fenómeno estudiado desde el punto de vista de sus actores y a la vez se va a integrar las descripciones se va a usar en la investigación.

Se utilizarán diferentes fuentes que ayudarán a desarrollar la investigación. Por medio el diseño descriptivo se analizará el problema y la pregunta a responder. Estas fuentes se dividirán en primarias y secundarias, en las primarias se buscarán los criterios de especialistas en la materia y lugares que trabajen directamente con el turismo médico. En estas se utilizarán diferentes bases de datos verificando que sean veraces para lo que se investiga en este estudio , y así sirvan como sustento para contestar la pregunta que se propuso en este trabajo.

También se construirá el cuadro de variables que ayudarán a entender los significados, que se definirán y esto colaborará en marcar el alcance de los objetivos y cómo van a alcanzar mediante la definición instrumental. Se procederá a hacer las matrices de desarrollo con los instrumentos que se utilizarán para alcanzar los resultados de la investigación

En conclusión, en este capítulo se desarrollará todo lo necesario para poder llevar a cabo la investigación de la incidencia del turismo médico turismo médico como fuente de desarrollo en la República de Colombia y la República de Costa Rica.

3.1 Enfoque de la investigación

El tipo de investigación que se desarrollará en este trabajo es de enfoque cualitativo, dentro del paradigma naturalista. Según Hernández (2010) el enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. El investigador plantea un problema, pero no sigue un proceso claramente definido. Sus planteamientos no son tan específicos como en el enfoque cuantitativo.

Por eso este tipo de enfoque es el ideal para esta investigación ya que mediante la recolección de información nos ayudara a interpretar el comportamiento del turismo médico) el tanto con lo que se analice de Colombia como de Costa Rica. Ya que hay una revisión inicial de literatura, esta puede complementarse en cualquier etapa del estudio y apoyar desde el planteamiento del problema hasta la elaboración del reporte de resultados (Hernandez,2010).

Las investigaciones cualitativas se fundamentan más en un proceso inductivo (explorar y describir y luego generar perspectivas teóricas). Por ejemplo, en un típico estudio cualitativo, el investigador entrevista a otra persona, analiza esta nueva información y revisa sus resultados y conclusiones, del mismo modo efectúa y analiza más entrevistas para comprender lo que busca. Es decir, procede caso por caso, dato por dato hasta llegar a una perspectiva más general. En la mayoría de los estudios cualitativos no se prueban hipótesis estas se generan durante el proceso y refinándose conforme se recaban más datos o son resultado del estudio.

Ese paradigma lo que trata es captar, es comprender e interpretar la realidad y llegar a atraer como los significados de las personas, las percepciones, las interacciones y las acciones (Barrantes, 2010 p.132). Existen dos clases de esta naturaleza que son experimentales y no experimentales.

En esta investigación se utilizará la no experimental que consiste en una indagación empírica y sistemática en la cual el científico ni tiene control directo sobre las variables, porque las manifestaciones ya han ocurrido o porque las manifestaciones son inherentemente no manipulables (Barrantes, 2010, pág. 132). Por su naturaleza, estas investigaciones no experimentales se trabajan con base en objetivos, por tal razón, la presente investigación va a hacerse bajo ese enfoque.

3.2 Diseño de la investigación

El término “diseño” al que Hernández (2010) se refiere es al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea. Por eso en esta indagación se va a utilizar el método descriptivo sobre el cual Hernández (2010) explica que es el que busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre conceptos o las variables a las que se refieren; su objetivo no es indicar cómo se relacionan estas (Hernández,2010).

En la presente investigación no experimental se desarrollará bajo el tipo descriptiva ya que analizará si las variables hacen que un país busque desarrollar su comercio exterior mediante el turismo médico. Sin embargo, no se trata de analizar si las empresas involucradas en los mercados de Colombia y Costa Rica hacen tratamientos exitosos o cómo los hacen, pues no es parte de este estudio,

sino es como aprovechar sus servicios de salud para el crecimiento del comercio exterior desde esa área de producción y desarrollo del país.

Este diseño lo que interesa es describir los mercados seleccionados para ver sus retos y oportunidades, apoyos en política pública y como han aprovechado sus servicios de salud. Buscará ver las características de cada mercado y su aprovechamiento para el desarrollo del comercio exterior describiendo los diferentes objetivos propuestos en esta investigación. Por lo tanto, se puede manifestar que este diseño descriptivo estudia los fenómenos tal y como aparecen en el presente. Por eso se tomarán los datos de diferentes años y periodos para describir lo sucedido en todo ese tiempo.

Este diseño logra esclarecer las propiedades destacables de personas, grupos o comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis, en este caso sería cómo impacta el turismo médico en el desarrollo económico de un país.

3.3 Fuentes de información

En esta área se evaluará la información que se va a utilizar ya sea escuelas de pensamiento, filosofías y paradigmas esto con el fin de desarrollar la investigación. Se dividirán en fuentes primarias y secundarias.

3.3.1 Fuentes primarias.

Proporciona la información de primera mano: informantes, sujetos de estudio, fotografías, anuarios estadísticos, memorandos, actas, correspondencia privada, código de leyes (Barrantes,2010).

Como fuentes primarias se estará utilizando el instrumento de la entrevista de profundidad ya que se intentará conocer las perspectivas de expertos en el tema a tratar en esta investigación. Con esta entrevista se pretende conocer acontecimientos que no se evidencian a simple vista y con la información

suministrada se medirán los diferentes criterios sobre esos mismos temas. Se procederá a aplicar la entrevista a un especialista en servicios internacionales de uno de los principales hospitales de Costa Rica.

3.3.2. Fuentes secundarias

Son compilaciones y listados de referencia publicadas en el área de conocimiento, traducciones, recopilaciones, reproducciones de textos dentro de otros textos (Barrantes 2010).

Las secundarias como lo son libros, informes oficiales, periódicos, tesis de grado, artículos de revistas especializadas, información proveniente de internet de páginas web oficiales. Estas estarán ubicadas en páginas oficiales, bibliotecas públicas como privadas y centro de información en investigación en internet como EBSCO, Youtube /edu, en instituciones como la Promotora de Comercio Exterior (Procomer), Ministerio de Comercio Exterior (Comex), el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto y en la Embajada de la República de Colombia en Costa Rica. También el Instituto de Turismo de Costa Rica (I.C.T) y Cámara de la Salud de Costa Rica.

3.4 Unidades de análisis.

Según Barrantes (2010) las definiciones sobre lo conceptual expresan lo que se entenderá por esa frase es casi una definición de diccionario. La operacional describe las actividades que un observador debe realizar para indicar la existencia de un concepto mayor o menor. Se hacen, por lo general, intervalos o clases que son mutuamente excluyentes. La recolección de datos ocurre en los ambientes naturales y cotidianos de los participantes o unidades de análisis.

Objetivo	Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Definición Instrumental
Describir el turismo médico educ en sectores específicos como la cirugías cosméticas y odontológicas.	Cirugías cosméticas y odontológicas	Procedimientos que se van a tomar en cuenta para analizar y medir su incidencia en el tema a desarrollar	Cuántos procedimientos y su precio para ver qué tan competitivo es el sector.	Revisión bibliográfica de los estudios de mercado
Reconocer el rol de las políticas públicas para desarrollar el turismo médico aplicadas por Colombia.	Políticas públicas	Es aquello que el gobierno hace para dinamizar el sector	Ver qué políticas han hecho para que se vuelva una fuente de desarrollo económico	Revisión bibliográfica de los estudios de mercado
Estudiar las diferencias de servicios de salud entre la República de Costa Rica y la República de Colombia en el periodo 2014 - 2020	Servicios de salud	Lo que se va a analizar y qué diferencia hay entre los competidores del estudio	Diferencias que existen entre Colombia y Costa Rica.	Visita la Embajada de Colombia en Costa Rica y la Cámara de la Salud en Costa Rica Entrevista profundidad a profesional de turismo médico.
Establecer oportunidades y retos en dicha industria para el comercio exterior	Comercio exterior	Es el desarrollo económico y comercial entre los mercados como Estados Unidos y Canadá hacia los servicios de Costa Rica y Colombia.	Qué pueden aprovechar y qué no ha hecho para incrementar el turismo médico y sea una mejor fuente de divisas.	Entrevista profundidad a profesional de turismo médico.

3.5 Instrumentos

La parte instrumental indica con qué instrumentos y medios se va a recolectar la información: observación, cuestionarios, registros, entrevistas o cualquier otra técnica.

3.5.1 Matriz Estudiar el mercado y documentos que den una muestra que es lo que buscan los pacientes en sí para hacerse un procedimiento en Colombia o Costa Rica

	Cosméticas	Odontológicas
Costa Rica	Implantes mamarios Liposucción	Implantes dentales
Colombia	Rinoplastia Levantamiento fácil	Implantes dentales

Fuente: Elaboración propia

3.5.2 Dar seguimiento a tratados de libre comercio, entre los mercados, decretos y leyes que apoyen al desarrollo económico del sector.

Acciones	Especificación
<p style="text-align: center;">Acuerdos</p> <p>Tratados de libre comercio entre los países y los mercados de Estados Unidos y Canadá</p>	<p>Los tratados de libre de comercio que ambas naciones tienen, ver su impacto en los servicios de salud y desarrollo en la industria médica.</p>
<p style="text-align: center;">Leyes</p> <p>Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 “Turismo: el propósito que nos une”, 2018-2022</p> <p>Ley para la promoción y fomento de servicios de turismo de salud en Costa Rica</p>	<p>Para promover y hacer crecer el turismo en sus diferentes facetas en Colombia.</p> <p>Se busca apoyar el sector y ver cómo lo desarrollan en Costa Rica.</p>
<p style="text-align: center;">Decretos</p> <p>Creación del día nacional del turismo de salud y declaratoria de interés público</p>	<p>Para hacer más notorio el turismo médico en Costa Rica y su aporte al desarrollo del sector.</p>

Fuente: Elaboración propia

3.5.3 Matriz entrevista a profundidad experto en turismo

1. ¿Que debe mejorar el país para ser más atractivo para el turismo médico?
2. ¿Por qué el sector de turismo médico menciona q los precios de hospedaje, alimentación, y transporte en ocasiones los hace de esa forma y que el cliente no siente gran diferencia en precios?
3. ¿Como especialista en turismo cree que es fiable aprovechar el visitante chino para turismo médico a largo y corto plazo?
4. ¿Qué recomendaciones daría para el sector?

3.5.4 Matriz entrevista a profundidad a un especialista del sector en Costa Rica.

1. ¿Como país que cree que debe mejorar para atraer más turismo médico?
2. ¿Como ve el turismo médico en CR con respecto a Colombia?

3.6 .1 Recolección de datos

	Cosméticas	Odontológicas
Costa Rica	Servicios en tecnología con trasnacionales. Hospitales y clínicas reconocidas.	Implantes dentales. Clínicas especializadas
Colombia	Cirugías plásticas Zonas francas de la salud	Implantes dentales. Clínicas especializadas.

3.6.2 Recolección de datos

<p style="text-align: center;">Acuerdos</p> <p>Tratados de libre comercio entre los países y los mercados de Estados Unidos y Canadá</p>	<p>Los tratados de libre de comercio y como en estos se puede desarrollar los servicios médicos</p>
<p style="text-align: center;">Leyes</p> <p>Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 “Turismo: el propósito que nos une”, 2018-2022</p> <p>Ley para la promoción y fomento de servicios de turismo de salud en Costa Rica</p>	<p>Busca convertir el turismo médico una fuente de desarrollo nacional en Colombia</p> <p>Desarrollar desde el ámbito político público el sector.</p>
<p style="text-align: center;">Decretos</p> <p>Creación del Día Nacional del Turismo de Salud y declaratoria de interés público</p>	<p>Dar notorio el turismo médico en Costa Rica y su aporte al desarrollo del sector.</p>

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO IV Análisis

En este capítulo se estudiará el rol de las políticas públicas para desarrollar la industria del turismo médico entre los países de Costa Rica y Colombia y sus efectos para poder ayudar a consolidar esta industria.

Se analizarán las diferencias entre ambos mercados con el fin de visualizar sus formas de desarrollar el turismo médico y en qué áreas tienen más desafíos y oportunidades, así como los servicios globales que impactan su industria y cómo son y qué pueden mejorar para ser atractivos en un mercado de tanta competitividad a nivel mundial como es el turismo médico.

Se analizará cómo el turismo médico puede ser una fuente de desarrollo económico para ambas naciones y verse reflejado en su comercio exterior, ver sus diferencias en la implementación de esas políticas y mostrar esos retos y oportunidades tanto en los campos médicos de odontología y las cirugías cosméticas que el turismo médico ofrece a nivel mundial y del mercado interno de cada país estudiado.

En conclusión, en el capítulo se verán distintos puntos de vista, de esos llamados servicios globales de salud y se podrá observar el motivo de desplazamiento de los diferentes pacientes a los mercados estudiados y sus motivaciones, que varían desde encontrar un mejor precio, hasta poder realizarse procedimientos que en sus propios países de origen no pueden hacerlo.

4.1 Rol de las políticas públicas para desarrollar el turismo médico

4.1.1 Políticas públicas.

Se podría definir como la decisión de un gobierno que desarrolla determinada acción orientada a resolver problemas públicos. Según el Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica (Mideplan, 2016) es el curso o línea de acción definido para orientar o alcanzar un fin, que se expresa en directrices, lineamientos, objetivos estratégicos y acciones sobre un tema y la atención o transformación de un problema de interés público. Explicitan la voluntad política traducida en decisiones y apoyo en recursos humanos, técnicos, tecnológicos y financieros y se sustenta en los mandatos, acuerdos o compromisos nacionales e internacionales.

De esta definición se extrae que las políticas públicas son un conjunto de factores y no solamente algo que se ejecuta por una decisión algún alto mando, sino es un conjunto de decisiones que ayudan a dar forma a un proyecto al que se le unen varios factores desde directrices, acuerdos, recursos humanos, tecnológicos y técnicos, que en conjunto ayudan a resolver un problema de interés público y que impacta a nivel nacional o internacional.

Los principales elementos que debe contener una política pública que Mideplan menciona son los siguientes:

- a) Inclusión del tema principal en la agenda política
- b) El reconocimiento del marco legal nacional e internacional
- c) El estado de situación o el resumen diagnóstico del problema y las variables e indicadores asociados
- d) La participación y los grupos de población objetivo
- e) Los enfoques, principios y características de la política pública
- f) La definición de temas prioritarios o ejes de intervención
- g) Objetivos, resultados, acciones y otras variables

- h) Modelo de gestión o la forma de organización, los mecanismos para la gestión y el papel de los entes participantes
- i) La evaluación y su seguimiento
- j) La operativización de la política pública por medio del plan de acción o una estrategia (Mideplan,2016).

Estos elementos hacen ver cómo se debe desarrollar una política pública completa y tenga un impacto real en el problema a solucionar, las diferentes etapas muestran cómo se va cubriendo de una u otra manera para lograr llegar a esa solución deseada, para los distintos problemas que se quieren resolver. Cada una de esas etapas que menciona Mideplan hacen que los recursos y la idea de alcanzar la meta sea la óptima para el problema que se está tratando.

4.1.2 Políticas públicas de Costa Rica sobre turismo médico.

Las políticas públicas de Costa Rica para el apoyo del turismo médico van desde diferentes aristas y un proyecto de ley llamado Ley para la Promoción y Fomento de Servicios de Turismo de Salud en Costa Rica va enfocado a promover el turismo médico como una industria importante en el país. Chan (2018) señala los artículos de la citada ley donde se tocan esos objetivos:

Artículo 1 Objeto de la ley. Esta ley tiene por objeto establecer el marco regulatorio para promocionar e incentivar los servicios de turismo de salud en Costa Rica, así como garantizar la calidad y la competitividad de la prestación de estos servicios, a nivel nacional e internacional, para beneficio del sector turismo y del país.

Artículo 2 Declaratoria de utilidad pública. Se declara de utilidad pública la actividad del turismo de salud y la promoción de sus servicios, con el fin de que dicha actividad contribuya al mejoramiento de la economía nacional, y que los servicios alcancen niveles de excelencia y logren reconocimiento

nacional e internacional, con el fin de diversificar la oferta exportadora costarricense y aumentar la inversión extranjera directa y la visitación turística, como fuente de generación de empleo.

Lo que se busca es tener un marco jurídico y apoyo desde una fuente pública para poder establecer ciertos parámetros de promoción y de importancia al sector desde diferentes áreas de trabajo, y no solo los actores que comúnmente se sabe que participan que son hospitales, clínicas y personal médico en el turismo médico; sino incluir todo lo que mueve esa industria médica y que el turismo sea visto como una fuente de atracción de inversión extranjera. Esta industria que ha crecido en el país la de producir y diseñar dispositivos de uso médico

Según esta ley se enmarcan los servicios de salud en el siguiente artículo 17 que se refiere a cuáles son los tipos de servicios. Los servicios de turismo de salud que pueden brindar las personas físicas y jurídicas, indicados en el artículo 3 de esta ley, son los siguientes Chan (2018):

Aplicación de un procedimiento o tratamiento médico

- a) Se refiere al procedimiento con diagnóstico sobre cualquier tipo de especialidad, como: cirugías, ortodoncia, endodoncias, odontología, cirugía plástica y estética, cirugías cosméticas, radiografías, ortopedias, chequeos, cardiología, urología, radiología, cirugía bariátrica, oncología, ginecología, neurocirugía, coronas dentales, implantes, restauraciones dentales completas, levantamiento facial de párpados, y cejas, liposucción, reducción o aumentos de pechos, abdominoplastia, dermolipsectomía de brazos, aumento de glúteos o cualquier otro tipo que estén debidamente acreditados por la Comisión, como servicios de turismo de salud.
- b) Servicios de salud a la distancia: Telemedicina y segundas opiniones, prestación de servicios de salud por medio de herramientas tecnológicas u otros medios.

- c) Investigaciones científicas: Estudios clínicos para mejoramiento de la salud de los usuarios de salud, donde se excluye las investigaciones o procedimientos sobre prácticas y métodos de regulación de fertilidad, técnicas sobre la reproducción asistida o fecundación, y a prácticas de esterilización, procedimientos abortivos o interrupción del embarazo.

- d) Investigaciones biomédicas: Se refieren al tipo de actividad diseñada para desarrollar o contribuir al conocimiento generalizable en materia de salud en seres humanos. Puede ser observacional, epidemiológica, experimental, clínica o intervenciones.

- e) Turismo educativo o de formación: Constituye aquel tipo de viaje donde el visitante no residente en el país busca la educación. Dentro de las actividades comprende adquirir o brindar conocimientos del idioma, conocimiento de la cultura, inclusive, prácticas o estudios profesionales, académicos, sanitarios o científicas en interacción con los medios tecnológicos disponibles y a su vez poder interactuar con el residente y conocer destinos turísticos, en función de sus actividades. Se trata de eventos de duración variable.

- f) Tercerización de servicios de salud: Alquiler de instalaciones o equipo, lectura de imágenes médicas, transcripción médica, reembolso de seguros.

- g) Turismo de bienestar: el turismo de bienestar son las actividades turísticas, recreativas, de ocio, descanso y relajación primordialmente, pero no excluyente, que generen placer y hagan sentir bien al individuo en condiciones y ambientes saludables que contribuyan a alcanzar el equilibrio entre mente, cuerpo, alma y energía con

prácticas sostenibles y que todo esto ayude a mejorar la calidad de vida de las personas.

Estudios o ensayos clínicos: Un ensayo clínico es cualquier estudio de investigación que asigna de manera prospectiva participantes humanos o grupos de humanos a una o más intervenciones sanitarias a fin de evaluar los efectos en los resultados sanitarios. Un ensayo clínico también puede hacer referencia a un ensayo clínico de intervención. Las intervenciones incluyen, pero no se limitan a, fármacos, células y otros productos biológicos, procedimientos quirúrgicos, procedimientos radiológicos, dispositivos, tratamientos conductuales, cambios en el proceso de atención, atención preventiva. (Ley para la promoción y fomento de servicios de Turismo de salud en Costa Rica, citada en Chan, 2018)

En este artículo 17 se establece todo lo que interviene en el turismo médico y lo que dicha ley puede regular y ver como industria médica en el país, esto va enfocado en que los parámetros de apoyo mediante esta política pública quede claro. Que van desde tratamientos dentales, cirugías cosméticas y diferentes tratamientos de medicina y demás.

También incluye este artículo servicio de telemedicina, turismo de investigación médica, de bienestar y hasta estudios o ensayos clínicos. Están involucrados una serie de actores como se estableció en la ley y esto hace que sea atractivo y para que se convierta en una fuente de desarrollo económico en el comercio exterior de Costa Rica.

Otra propuesta que demuestra la notoriedad que le da Costa Rica al turismo médico es celebrar el Día del Turismo Médico mediante Decreto ejecutivo del 11 de febrero del 2010, publicado en *La Gaceta* n.º 76 del 21 de abril del 2010 que considera necesario declarar de interés público nacional el Congreso Latinoamericano de Medicina Globalizada y Bienestar, como una oportunidad para promover internacionalmente las actividades de la industria relacionada con la

medicina y los servicios ofrecidos por los profesionales de la salud de Costa Rica y Latinoamérica.

Lo anterior refleja que el turismo médico requiere de apoyo desde las entidades públicas y para tener oportunidades de vender y mostrar la industria médica en Costa Rica. Además, el proyecto aprobado a finales del 2020 ayuda a que se pueda impulsar de una manera más conjunta los servicios y su calidad, que es lo que se caracteriza Costa Rica por tener hospitales y clínicas con una trayectoria reconocida.

4.1.3 Políticas públicas de Colombia sobre turismo médico

Las políticas públicas que Colombia ha impulsado alrededor de estos años en el turismo han tomado fuerza para que sea una alternativa de negocio exitosa. En sí no existe un marco regulatorio para la actividad del turismo médico y el hecho es que el sector ha crecido tanto que ha quedado rezagado en cuanto a un marco legal; pero según Cárdenas (2015) el paciente extranjero es atendido dentro de la normativa del sistema de salud nacional de Colombia y aun así para algunos dicen que no es suficiente. Pero por otro lado el gobierno colombiano ha impulsado políticas públicas con ciertos planes estratégicos que ayuden al sector turístico médico.

Menciona Cárdenas (2015) que en el 2032 Colombia será reconocida como uno de los líderes mundiales en turismo de salud, generando al menos ingresos por \$6 mil millones de dólares, con base en una propuesta de valor de costos competitivos, alta calidad e innovación en la prestación de servicios. Por eso están enfocados en ciertos planes que van a ayudar alcanzar esa meta. Entre los que están, según Estrada (2015):

El plan estratégico y de competitividad para la Salud (PECS) creado en el 2008 en donde Colombia tomó conciencia sobre el potencial del sector salud y fue diseñado con dos objetivos, promover la competitividad del sector y en segunda

medida para reposicionar a Colombia en la exportación de servicios de salud. Los siguientes puntos que abarca el PECS serían (Estrada,2015):

- a) Aumento de la calidad, la competitividad y la promoción de acreditación tanto de los hospitales como de los servicios prestados por estos.
- b) Mejoramiento de las prácticas médicas existentes, equipos e infraestructura y tecnología. Generación de empleos.
- c) Aumento del turismo de salud y, con ello, el crecimiento de las exportaciones de servicios de salud colombianos.

Con ese plan Colombia pretende ser un mercado atractivo para el turismo médico y además le da el lugar de importancia desde una política pública y crea todo un sistema de competitividad; además pone al sector en un área importante de los servicios de exportación que ofrece Colombia y así el comercio exterior se acrecienta y en su balanza de pagos se ve reflejada.

Como parte del apoyo al turismo médico que habla Estrada (2015) el Ministerio de la Protección Social de Colombia como parte del Plan 2019 visión Colombia Segundo Centenario 2019 lo que hace es incentivar la exportación de servicios de salud establecía un régimen de zonas francas, y bajo el nuevo Plan Vallejo de Servicios (es un instrumento motor de las exportaciones, la inversión, y la reactivación de la economía) aplicadas al sector salud. Esto permitiría que el plan estratégico y de competitividad para la Salud PECS se pusiera en práctica.

Con la puesta en práctica de ese plan lo que se hace es la coordinación y unión de las políticas públicas para que el turismo médico sea motor de los servicios de exportación que Colombia ofrece al mundo y que sirva para incentivar a las empresas dedicadas a la industria porque desde las políticas públicas hay una unión. Menciona Estrada (2015) el Plan Sectorial de Turismo como iniciativa del Ministerio de Comercio, Industria, y Turismo que sustenta los fundamentos, estrategias y proyecciones del sector turístico

Uno de los objetivos estratégicos de los que habla Estrada (2015): es el fomentar el desarrollo competitivo y sustentable de la industria de los viajes y el turismo, tanto en destinos, como en empresas del sector, a partir del aprovechamiento responsable de la diversidad natural y cultural, la inclusión diferenciada de comunidades étnicas, y la innovación en los productos y servicios que se ofertan en las distintas regiones y territorios de Colombia.

De esta forma se pretende aprovechar cada recurso de una manera sustentable y responsable y que su diversidad sea incluida en la oferta turística de la industria médica, haciendo toda una experiencia bajo los siguientes productos turísticos de Colombia como son la naturaleza, lo cultural, aventura, sol y playa, náutico, congresos, eventos, e incentivos, salud y bienestar. Ese plan sectorial de turismo logra que pueda ser más competitivo y a la vez fomenta el turismo médico para que sea atractivo para los pacientes internacionales y sea unido a todos esos productos que posee la nación colombiana.

El modelo de zonas francas como impulsor de la industria, es una iniciativa pública que busca incentivar la entrada de capital privado a través de localidades específicas con exenciones tributarias y facilidades de adquisición de capital físico con el fin de posicionar un sector productivo (Puente,2020).

Las zonas francas permanentes especiales (ZFPE) están constituidas en un terreno de 20 hectáreas, en Colombia esta modalidad se establece desde el decreto 383 de 2007 que reglamenta la ley 1004 de 2005 y que posteriormente fue modificado por el decreto 4051 de 2007. Desde el 2007 se amplió la actividad económica en estas zonas francas hacia el sector salud en donde debe existir pruebas de que los servicios médicos ofrecidos comprenden de clústeres que van desde la oferta de tratamientos de alta

complejidad hasta servicios complementarios que estos serían diagnósticos, consulta externa y ventas al por menor de medicamentos (Puente,2020).

De esta figura jurídica y económica se ha beneficiado el turismo médico en Colombia para recibir inversiones y tener un acceso más cómodo a ciertos beneficios y no solo de excepción de impuestos, sino de funcionamiento como tal que hace una oferta de servicios médicos unificada y fuerte en un solo lugar en donde el paciente internacional también se favorece. Y esto principalmente por infraestructura clínica de alta complejidad que en esas zonas francas apostó Colombia por colocar en esos lugares.

En general se puede decir que las políticas públicas que ambos países buscan de una u otra forma buscan poder impulsar y sacar el mejor provecho para su industria médica y hacerla competitiva y desarrollarla como una fuente de desarrollo económico en el comercio exterior tanto de la República de Costa Rica como de la República de Colombia.

4.2 Diferencias de servicios de salud entre la República de Costa Rica y la República de Colombia.

Los servicios de salud según la Organización Internacional del Trabajo (2021) son unos de los sectores fundamentales de la sociedad y economía. La Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2021) refrenda los principios fundamentales del derecho humano a la salud y a la protección social. Proporcionan protección social de la salud e igualdad en la atención de calidad y además los servicios de salud potencian el crecimiento económico y el desarrollo.

Con esas características los servicios de salud son primordiales para el desarrollo de una nación no solo como derecho humano y protección social, sino pueden ser una fuente de crecimiento en el comercio exterior de los países ya que en este mundo globalizado hace que las personas busquen alternativas fiables para

tratar sus padecimientos y a parte se ha creado toda una industria médica alrededor de los servicios de salud.

4.2.1 Servicios de salud de Costa Rica.

Los servicios de salud en Costa Rica se dan en un sector público y sector privado. En la parte pública existe una institución de gran trayectoria que sería la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS). La institución rectora de la salud sería el Ministerio de Salud. En esto se muestra una seguridad institucional que abarca un sector público amplio, que en muchos aspectos no alcanza y puede ser un poco deficiente para poder solventar las necesidades de procedimientos médicos de la salud de los costarricenses.

Pero igualmente sirve de garante de la salud del Estado costarricense, ya que su acceso es universal y esto hace que sobresalga como uno de los más importantes de América Latina. Todo se respalda desde la parte jurídica y sobresalen la Ley General de Salud que define según Sáenz (2011) la salud de la población como un bien de interés público y estipula que es una función esencial del Estado velar por la salud de los costarricenses garantizando el derecho a las prestaciones de salud a todos los habitantes del país.

Costa Rica con su sistema de salud pública ha sido ejemplo para muchos países en América Latina y a pesar de los múltiples problemas que tiene, principalmente en el sector público el mismo Estado respalda su funcionamiento y que sea un servicio de salud suficientemente competitivo para que los servicios de salud del sector privado puedan promocionarse e impulsar turismo médico en el país

En el sector privado se encuentran compañías aseguradoras que aproximadamente son 13 activas y cuenta con 5 hospitales privados principales ubicados en la capital del país y en donde 4 son muy activos en el mercado de

turismo médico y por supuesto existen otras clínicas privadas que igualmente captan turismo médico en el área de cirugía cosmética y dental.

Se logra ver que Costa Rica ha desarrollado su sistema de salud tratando de ser eficiente y seguro y esto da una plataforma importante para poder impulsar el turismo médico en el país para convertirlo en una industria rentable y que produzca crecimiento económico y se vea reflejada en la balanza de pagos.

4.2.2 Servicios de salud de Colombia.

Los servicios de salud de Colombia al igual que Costa Rica se da en el sector público y privado. El sector público se financia de fondos públicos que se recogen de diferentes fuentes: contribuciones obligatorias de los afiliados, impuestos generales, contribuciones patronales, fondos petróleo y SOAT (seguro obligatorio de tránsito), cuotas de recuperación del régimen subsidiado y copagos y cuotas moderadoras. Toda esa parte de financiamiento hace que el sistema de salud público colombiano logre funcionar al igual que Costa Rica y consecuentemente también tiene sus falencias y falta de cobertura en ciertas áreas (Guerrero,2011).

El ente regulador de los servicios públicos de salud en Colombia es el Sistema General de Seguridad Social en Salud (SGSSS) y su afiliación es obligatoria y como se ha mencionado anteriormente, tiene diferentes fuentes de financiamiento. Existen 320 hospitales y clínicas públicas y privadas, que son guiadas por el Ministerio de la Protección Social. El mismo sistema de salud está conformado por varios agentes: aportantes, aseguradoras, prestadores, proveedores de medicamentos y agentes estatales (Guzmán, s.f).

Esto nos lleva a ver como toda una estructura soporta el sistema de salud colombiano y eso ha hecho que pueda impactar el turismo médico ya que ofrece

un sistema de salud con una base sólida que da capacidad para poder ofrecer dichos servicios a pacientes internacionales y si le unimos cierta red de aeropuertos, hoteles y casas de recuperación hacen que el turismo médico se posicione entre los principales de Latinoamérica y del mundo.

Esto provoca una diferenciación importante entre ambos países ya demuestra que llevan años apoyando esta industria ya que han proporcionado una red alrededor liderada desde sus servicios de salud; podría decirse que Costa Rica igual, pero sin una dirección estatal hasta hace pocos años. Tienen algo común que es su desarrollado sistema de servicios de salud que permite tener múltiples hospitales, clínicas y doctores que dan para hacer crecer el turismo médico y puedan ver una oportunidad para que su comercio exterior crezca en esa área ambas naciones.

4.3 Oportunidades y retos en dicha industria para el comercio exterior.

El turismo médico en este apartado, se va a tratar de cuantas oportunidades y retos tienen los países de Costa Rica y Colombia; y ver su desarrollo en la región estudiada y formas que buscan para aprovecharlo y así se convierta en una fuente de crecimiento en su comercio exterior.

4.3.1 Turismo médico a nivel internacional.

Existen diferentes razones para que un paciente decida acceder al turismo médico entre las que están la tecnología, según Bascuñán (2014) buscan tecnología necesaria para realizar el tratamiento requerido o deseado o especialistas en el tema, impulsando así la búsqueda de estos tratamientos en otros países; un ejemplo de esto son tratamientos de fertilidad y un factor influyente es la velocidad en que se necesita recibir el tratamiento. Existen los que encuentran en la necesidad de tratamientos que no están disponibles en el país de origen y finalmente, la variable que es la búsqueda de bajos costos.

Diferentes propósitos mueven al paciente internacional para poder ver una oportunidad en el turismo médico y evaluar como opción para tratar su problema que vas más allá de buscar un costo bajo, sino ya ven tecnología, seguridad jurídica y tratamientos que no se pueden hacer en su país de origen y esto por supuesto a nivel de mercado internacional se ve como una industria que puede producir fuentes de trabajo e impacta otras áreas de la economía interna de cada país.

Por ejemplo, Bascuñán (2014) menciona que los estadounidenses prefieren viajar a países como la India o Tailandia para recibir servicios médicos dado que los precios pueden llegar a ser incluso diez veces menores de lo que costaría realizarse dicho procedimiento en Estados Unidos de América. Esto demuestra que un punto importante para hacer uso de los servicios internacionales médicos es acceder a un tratamiento de calidad y un costo bajo y por eso recurren a países de tercer mundo para tratarse.

Según Medical Tourism Index (2020) en su *ranking* anual de los principales destinos para turismo médico que evalúa costos, calidad, reputación, experiencia del paciente, acreditaciones, economía seguridad e imagen del país, cultura y atracciones del destino, son diferentes puntos que hacen que un destino sea atractivo para el paciente y partimos que cuando un paciente se vuelve internacional existen ciertos miedos. Estas categorías muestran buenos índices y da cierta seguridad y hace que el destino donde pueda tratarse su padecer de salud se vuelva atractivo.

En cuanto a los países líderes o bien populares dentro de la industria se encuentra como número uno a Canadá, de segundo lugar Singapur, tercero Japón, cuarto España, quinto Reino Unido, sexto Dubái, séptimo Costa Rica, octavo Israel, noveno Abu Dhabi y décimo India.

En este *ranking* de Medical Tourism Index (2020) Colombia se encuentra en el número 25 y Costa Rica como observamos en los primeros 10 del *ranking* en el

puesto siete. Es decir que la industria ha superado en varias áreas a Colombia y también se ha mantenido bien en dicha evaluación en términos generales para el sector de turismo médico, aunque en el mismo ranking Costa Rica estaba de 5to en el 2015.

Países asiáticos fuera de Tailandia han crecido como lo son Singapur, Japón y en medio oriente está Dubái y Abu Dabi que son dos emiratos de Emiratos Árabes Unidos, pero su crecimiento es tal que los incluyeron en apartado diferente. En sí son 50 naciones del mundo que han declarado el turismo médico como un interés nacional (Bascañán, 2014). Aunque un país que es fuente de turismo en el extranjero como lo es Estados Unidos de América también es captador en gran parte para diagnósticos difíciles u operaciones riesgosas por lo que lo eligen muchos pacientes del extranjero.

En Centroamérica destaca Costa Rica, Panamá y El Salvador porque este mercado recibe de salvadoreños que viven fuera de su país y en su mayoría en Estados Unidos y Canadá. Aunque un poco rezagados están Nicaragua cuenta con un hospital acreditado por la Joint Commission International (JCI), y esto demuestra su crecimiento en la industria al igual que Guatemala y Honduras que quieren ser competitivos. Otro destino importante en la región a parte de Colombia es México a donde los estadounidenses acuden para tratamientos dentales y de pérdida de peso.

De acuerdo con Sánchez (s.f) en su estudio de mercado de turismo médico puede segmentarse según el tratamiento en lo que se dividen en tratamiento cardiovascular, tratamiento ortopédico, tratamiento neurológico, tratamiento contra cáncer, tratamiento de la fertilidad y otros. En todos ellos se prevé un crecimiento moderado de 2017 a 2023, siendo los tratamientos contra el cáncer los que mayor proyección de crecimiento presentan. Sin embargo, un estudio similar realizado por Orbis Research (2017) además de los tratamientos mencionados incluye otros dos segmentos al mercado de turismo médico, ellos son, los tratamientos dentales y los cosméticos.

Entonces esa segmentación de mercado existe una serie de tratamientos en los que se puede ver el enfoque del turismo médico y en donde cada país ha desarrollado su turismo de salud y como se mencionó anteriormente los países de una y otra forma han mostrado interés en desarrollar la industria médica en donde el mayor crecimiento lo ha obtenido Canadá que su vez es el que aporta, junto con Estados Unidos de América, el mayor número de pacientes internacionales a la región, en específico a Costa Rica y Colombia.

Se puede concluir que internacionalmente ha crecido el mercado y cada vez se vuelve muy competitivo por lo que los diferentes Estados ven como una oportunidad de crecimiento económico en el sector salud y lo que está alrededor de la misma que se son encadenamientos productivos en actividades secundarias al turismo médico.

4.3.2 Turismo médico en la República de Costa Rica.

El turismo médico es una industria que toma relevancia en Costa Rica desde hace unos años y por medio del proyecto de ley aprobado para poner al turismo médico como de interés nacional hacen ver que es un medio de crecimiento en el comercio exterior. En *centralamericadata* (2019) se menciona que existen varios factores que hacen una industria con un potencial, pero igualmente con ciertas áreas a mejorar:

Diego Solís Barrantes director general de Clínica UNIBE explicó a *Nación.com* que Costa Rica ofrece al turismo médico precios relativamente competitivos, pero especialmente paquetes de servicios, así como una gama de médicos especialistas de gran calidad y experiencia. El país aún destaca, pero cada vez se vuelve menos competitivo (*centralamericadata*, 2019)

Esto hace que Costa Rica se deba enfocar en mejorar ciertas áreas, aun así, tiene factores de éxito como proveedor de esta industria entre los que se encuentra calidad de sus profesionales y su cercanía con los Estados Unidos, pero por el contrario como mencionaba el entonces director de la UNIBE se hace menos competitivo por costos de hospedajes, alimentación y transporte y produce barreras que hacen que no se desarrolle ampliamente (Chacón, s.f).

Mediante esas barreras que no dejan que se crezca ampliamente existen factores externos que amenazan la industria de los que habla Chacón (s.f) es que en la región existen, otros países como Colombia y México que ofrecen precios más competitivos tanto por los servicios médicos y los costos relacionados con el viaje.

Sin embargo comenta en centralamericadata (2019) Massimo Manzi, director ejecutivo de Promed, que "... la competencia internacional y el aumento de los costos generales ocasionarán un estancamiento del negocio, por lo que el país ahora debe apuntar a segmentos más premium y nuevos mercados como China" (centralamericadata 2019).

Este comentario nos demuestra cómo Costa Rica debe ir variando su posición respecto al turismo médico ya que como se vio Colombia y México son mercados con una propuesta de tener precios competitivos con respecto a Costa Rica, y que los gastos relacionados al viaje se consideran en ciertos casos como una barrera al crecimiento de la industria en el mercado costarricense.

Ahora bien, según el índice de turismo de Medical Tourism (Índex) (2020) en la parte de evaluación de economía seguridad e imagen país Costa Rica se encontraba en el 5to lugar para el 2015 e igualmente se encuentra al día de hoy entre los 10 mejores destinos para hacer turismo médico, a pesar de eso hay ciertos puntos que debe mejorar y por qué no apostar a segmentos llamados *premium* ya que como se mencionó anteriormente esta industria se divide en segmentos que para los próximos años se va hacer más demarcados por los diferentes tipo de tratamientos que busca el paciente internacional.

Uno de los mercados en donde Costa Rica es un oferente importante para satisfacer la demanda de turismo médico es Estados Unidos. Visitan el país por diferentes razones entre la principal es la búsqueda de costos menores en los procedimientos médicos, ya que los seguros en los Estados Unidos no cubren esos procedimientos.

Según Chacón (s.f) las diferencias a pagar en Costa Rica varían dependiendo de la ciudad de origen en lo que sería su precio de referencia, en algunas la diferencia entre precio locales y entre Costa Rica será mayor que en otras. En otro mercado que apuesta Costa Rica por atraer turistas médicos es el canadiense cuya razón que los hace buscar en el extranjero es recibir el tratamiento en un menor tiempo que en su país.

La institución encargada de promocionar el comercio exterior es Procomer (2018) de acuerdo con información del Instituto Costarricense de Turismo (ICT), en el 2016 un total de 13.131 turistas visitaron Costa Rica por motivos de salud y atención médica, esto representó el 0,4% del total de visitas recibidas para ese año. Este monto significó un crecimiento de 34% tomando en cuenta las cifras del año 2015.

Lo anterior muestra la importancia de la industria en la que 13 131 turistas visitaron algún centro médico para ser atendidos y tratar su padecimiento y que Costa Rica representó ser un destino seguro, algo que el paciente internacional toma en para tomar la decisión de ir fuera de su país de origen a recibir atención médica, además de que nuestro mercado de pacientes viene de países con infraestructura y profesionales de alto renombre, pero con costos muy altos.

Esto significa que el paciente internacional que visita Costa Rica tiene ciertas características que según Chacón (s.f) las divide en

- a) Presupuesto limitado: el costo del viaje y tratamiento son de las principales razones para escoger destino y clínica. Este paciente no cuenta con el recurso suficiente como para realizarse el tratamiento en los Estados Unidos.
- b) Es enfocado en el tratamiento, su mayor interés es recibir el tratamiento de la mejor manera posible y regresar lo antes posible a su país de origen. Al menos en la primera experiencia no están tan interesados en el turismo convencional, además que muchos gastan la mayor parte de su presupuesto en lo relacionado al tratamiento. Esto depende también si son personas retiradas o son personas más jóvenes.
- c) Son personas entre 35 años y 60 años igualmente pueden viajar en pareja y hasta para algunos puede ser la primera experiencia fuera del país de origen para realizarse un tratamiento. Y hacer turismo convencional varía de la edad y el tipo tratamiento que van a tratarse.
- d) Se consideran digitales: ya que han utilizado internet para investigar los proveedores de los tratamientos necesarios.
- e) Es exigente busca un resultado final de calidad
(Chacón, s.f)

Se puede analizar que el tipo de paciente que viene al país es muy definido en su perfil ya que es un paciente que busca no solamente encontrar un costo bajo a su tratamiento, sino que tenga calidad y que es digital por que busca información mediante el internet, es de una edad joven adulta a personas de tercera edad, estos últimos por su condición de retiro ven una oportunidad para hacer turismo convencional, aunque no es una condicionante.

Muchas veces vienen al tratamiento y se regresan al país de origen, de igual manera los jóvenes adultos en este caso por sus compromisos laborales deben regresar pronto o porque sus recursos económicos solamente solventan el pago de los gastos de su atención médica. Entonces vuelven inmediatamente al ser tratados de su condición médica a sus países de origen y al ser de mercados como Estados Unidos y Canadá ven también la parte geográfica como un factor importante, pero hay que

recordar que no es una situación final para tomar la decisión ya que puede variar su problema médico a tratar para escoger el destino.

La oferta de procedimientos ofrecidos es amplia algunos de esos procedimientos implican la ampliación de servicios postoperatorios como cirugía bariátrica y ortopédica, otros no requieren la ampliación entre los que están los servicios odontológicos y algunos cosméticos postoperatorios dependiendo del tipo de procedimiento, igualmente no requieren de mayores servicios como las casas de recuperación, hoteles y demás (Chacón, s.f).

Según Chacón (s.f) en su estudio para Procomer, esa oferta de procedimientos va a depender también de cuánto cuidado postoperatorios va a requerir y demás, eso va a impactar en recursos y tiempo para permanecer en el país, que como se dijo, depende de sus recursos destinados al viaje y de hasta la edad del paciente. No se puede asegurar que por ser paciente internacional va a tener una gran estancia en el país, incluso que hará turismo convencional automáticamente.

Los principales tratamientos y costos que buscan hacerse en Costa Rica en comparación con su principal mercado como los es Estados Unidos de América y respecto a Colombia siguiendo el estudio de Procomer serían según Chacón (s.f):

Procedimiento médico	Costos en Costa Rica	Costos en Estados Unidos	Costos en Colombia
Implantes dentales	\$800	\$ 2.500	\$ 1.200
Implantes mamarios	\$3.500	\$ 6.400	\$ 2.500
levantamiento facial	\$4.500	\$ 11.000	\$ 4.000
liposucción	\$2.800	\$5.500	\$ 2.500
Rinoplastia	\$3.800	\$6.500	\$ 4.500

Fuente Elaboración propia con base en Chacón (s.f.)

Mediante este cuadro comparativo se puede extraer que Costa Rica es un gran competidor en el mercado de turismo médico para atraer pacientes de uno de sus mayores mercados como lo es Estados Unidos, pero por otro lado encontramos que Colombia muestra que tiene un nivel de precios bastante marcado de hecho por debajo de Costa Rica en la mayoría de los tratamientos y que las políticas públicas han ayudado a que sus precios sean respaldados para poder ser más baratos

Garza (2021) comenta que Colombia también es un destino de turismo médico potencial, con precios hasta en un 40% más baratos que Costa Rica, por su esquema de economía de escala en el sector salud, donde los especialistas son empleados de los hospitales públicos. Todo esto si lo unimos al cuadro se analiza esa diferencia de ese 40% debido ese apoyo estatal.

Si se compara la competencia tomando factores de seguridad e imagen turística, Costa Rica supera a Colombia debido que es un país que tiene una imagen de seguridad para sus viajeros y esto ha ayudado a que el turismo médico represente casi un 11% de los ingresos turísticos que corresponden a servicios de atención médica y un 13 % del turismo receptor es por motivos de salud, esto de acuerdo con datos del Banco Central y proporcionados al Instituto Costarricense de Turismo (ICT) (Garza,2021).

Esto es evidencia de que el turismo médico costarricense puede competir con grandes mercados y tienen gran experiencia y apoyo estatal, como es el colombiano. Se analiza que alrededor de estos años ya representa un porcentaje importante de los ingresos por turismo para el país y esto acrecienta el comercio exterior de la nación y provoca ese encadenamiento productivo que se ha visto en otras áreas ligadas al turismo médico.

Los llamados servicios convexos son parte de la industria que deben ser igual y hasta con más calidad; ayudan a que los servicios de atención médica sean eficaces y eficientes para los pacientes internacionales; estos son hospedaje, transporte interno, tours turísticos, y asistencia en la recuperación, mediante acuerdos con las clínicas y hospitales tratan de ofrecer las mejores condiciones para los pacientes.

Un mercado que Costa Rica debe explorar fuera de los mencionados mercados es el de la República Popular de China, solo que se tendría que tomar en cuenta varios temas y no solamente la parte geográfica, sino la segmentación de mercado, por que varios países asiáticos son grandes competidores por ese mercado como Singapur que se encuentra en segundo lugar para hacer turismo médico en el mundo según Índice

Antes de la pandemia el número de visitantes chinos que llegaron a Costa Rica para hacer turismo convencional en el año 2019 fue de 16 847 y con el paso de los años ha ido aumentando y mediante lo que Canatur (Cámara Nacional de Turismo) habla que el perfil de turista es aquel que se sienta atraído por la naturaleza y por lo que ofrece el país, por esa razón no le apuestan al turismo de apuestas o de juegos de azar y en términos generales el turista chino es de muy alto nivel económico y gasta mucho, incluso cuatro o cinco veces más que un americano o europeo (Ruiz, 2021).

Como nuevo mercado para turismo médico se debe investigar y tomar en cuenta de este mercado cuánto porcentaje podría ser para aprovechar la industria médica costarricense para ofrecerla a estos visitantes, que como se indica, han sido atraídos por nuestra naturaleza como inicialmente los mercados convencionales fueron atraídos. Se tendría que hacer que la oferta nacional de turismo médico sea direccionada a ese mercado y aprovechando la ley de promoción de turismo salud que las instituciones involucradas inicien sus programas hacia la atracción de ese

mercado chino. Ruiz (2021) comenta al respecto: “Varios estudios indican que, en un plazo de cuatro o cinco años, Costa Rica podría alcanzar una cifra de 100 000 turistas de China, llegando a ser similar a la visitación proveniente de los principales países de Europa”, contó Segura (Ruiz, 2021)

Con esos datos se puede pensar que es un potencial mercado no solamente para turismo convencional ya que se trasladan atraídos por la belleza natural del país y por qué no, se podría direccionar su visita para atención médica.

Mediante la Ley para la Promoción y Fomento de Turismo de Salud, se incluyeron los servicios de salud a la distancia como la telemedicina y se da para la prestación de servicios de salud por medio de herramientas tecnológicas u otros medios. Esto se puede aprovechar para fomentar el mercado chino por que debido a la pandemia se ha acelerado la digitalización de la salud en dicho país mediante diferentes tecnologías el último año.

Según estudio de Deloitte (2021) tres tecnologías juegan un papel cada vez más fundamental en la transformación digital de la atención medica en el mundo, que son: computación en la nube, inteligencia artificial, prestación de servicios de la salud virtuales. Estas tecnologías son las que China ha implementado en su mercado de salud para el cuidado de sus ciudadanos y mediante estos avances tecnológicos ha puesto en marcha diferentes acciones.

El estudio de Deloitte (2021) indica que el Gobierno chino está fomentando el uso de la telemedicina por medio de tecnologías móviles y otros avances tecnológicos y avances digitales para hacer la atención primaria de la salud más conveniente, accesible y útil para la población general. Los escenarios para la aplicación incluyen plataformas medicas digitales en línea para consultas médicas, hospitales inteligentes, gestión de la salud, *big data* y análisis.

Para implementar esto, Deloitte (2021) comenta que los gigantes tecnológicos chinos están acelerando la digitalización de la atención de la salud en parte debido a la pandemia de COVID 19 por ejemplo:

- a) El gigante empresarial Alibaba lanzó un servicio clínico en línea, un servicio de entrega de medicamentos para enfermedades crónicas, y un algoritmo de inteligencia artificial que puede identificar imagen de neumonía infectada por coronavirus en 20 segundos, con una tasa de precisión de 96%.
- b) La empresa Wechat lanzó una página dinámica con funciones que le llamaron la popularización médica en tiempo real estadísticas y mapeo ambulatorio en tiempo real de fiebre provocada por la epidemia.
- c) Otra compañía China es Tencent lanzó, con la ayuda de la inteligencia artificial, una herramienta de autoevaluación que ayuda a los usuarios con sospecha de síntomas para obtener atención médica y la vez guía. Tencent también mediante la nube, la inteligencia artificial y *big data*, da soporte técnico gratuito para predicción de la mutación del virus, fármacos antivirales y detección e investigación de vacunas.
(Deloitte, 2021)

La apuesta por ese mercado es importante máxime que esas tecnologías de avanzada están siendo útiles para ser tratados los ciudadanos chinos y quizá estas tecnologías están enfocadas a la pandemia, pero en un futuro cercano se implementarían a otras áreas de atención médica.

Costa Rica por medio de la telemedicina podría comenzar a entrar al mercado chino en atención primaria. Existen varias limitaciones como las que sabemos de desconocimiento de la cultura, idioma y de la segmentación de mercado. Hasta de facilitadores médicos en dicho mercado, y la conocida dificultad de recursos

económicos para promoción y mercadeo que de parte el ICT están siendo enfocados a Estados Unidos y Europa. El mismo ministro de Turismo el señor Segura expresa que “los recursos económicos de los planes de promoción y mercadeo de Costa Rica se encuentran en estos momentos limitados, por lo cual el ICT está priorizando sus acciones en los mercados de más rápida recuperación” (Ruiz, Costa Rica se propone conquistar el turismo chino, pero aún carece de presupuesto *La Nación Periódico*, 2021).

Por su parte, Canatur, mientras se supera la pandemia, se está preparando con capacitación con el sector turismo para entender el perfil de turista chino, con cursos de mandarín y levantando un inventario de la oferta turística costarricense que pueda ser de interés para China (Ruiz, 2021) Aunque es complejo decir algo de cuánto representaría de todo ese turismo al médico, sí se puede tomar muy en cuenta que es un potencial mercado ya que así fue como se inicia la penetración de mercados, buscando nichos que ayuden a hacer un efecto derrame en las demás áreas del sector.

El comercio exterior se puede ver beneficiado si se amplía el sector de la industria médica y como se sabe, los mercados convencionales han sido muy importantes para el sector, tomando en cuenta la calidad de nuestros servicios de salud y profesionales. El país tiene potencial, en su mayoría desarrollado por clínicas y hospitales privados con altos estándares de atención médica que pueden implementar tecnología y aprovechar la telemedicina a ese mercado y así ofrecer su oferta a ese país. Se puede aprovechar a la comunidad china residente dentro del país que pueda dar garantía de los servicios que da el país en atención médica. Al tener conexión con sus parientes que se encuentran en China u otra parte de Latinoamérica con mercados tradicionales pueden dar a conocer a Costa Rica como un lugar para poder tratar sus padecimientos.

Lo que indica Ruiz (2021) en su artículo es que según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), China es el mayor emisor mundial de

turistas. En el 2017, 150 millones de chinos viajaron fuera de sus fronteras. También son los que más gastan, pues ese mismo año los viajeros chinos gastaron \$258.000 millones en sus viajes, el doble que los estadounidenses (Ruiz, 2021).

Por esto Costa Rica debe dar apoyo la promoción y mercadeo y no solo para los mercados internacionales tradicionales, se puede explorar otros, sabiendo que tiene un gran competidor con gran experiencia en el turismo médico como lo es Colombia que no cabe duda de que debe estar apuntando a ampliar mercados porque ellos ya hablan de Latinoamérica en general como un mercado potencial por las diferentes crisis que vive la región o por la situación de los servicios de salud en la región. Entonces analizando esos datos de que 300 millones de chinos van a tener pasaporte para el año 2027 estarán compitiendo por atraerlos a su industria médica.

Costa Rica cuenta con un hospital acreditado por Joint Commissions International (JCI) que es el Hospital Clínica Bíblica, el único en el país y como comenta Iriana Chávez directora de gestión y calidad institucional de Hospital Clínica Bíblica (2021):

Una vez más reanudamos nuestro compromiso hacia nuestros pacientes, al garantizarles un servicio médico de la más alta calidad. Porque ser un hospital acreditado significa brindar un diagnóstico oportuno, garantizar al paciente resultados fiables de sus exámenes o estudios, recetar y entregar medicamentos acordes al diagnóstico, recibir una atención oportuna, tener a su disposición más de 60 especialidades médicas, contar con instalaciones modernas y seguras, tener la atención de los mejores especialistas y profesionales de salud entre mucho más,

4.3.2.1 Manufactura de dispositivos médicos.

Como industria convexa al turismo médico están los dispositivos que se van a usar en los diferentes tratamientos y procedimientos se desarrollan dentro de

esta cadena de producción y por ende Costa Rica ha desarrollado fuertemente una política de atracción de inversión extranjera de dichas empresas al dar condiciones para que se instalen en el país, en su mayoría en zonas francas.

Según comenta para Procomer (2019) Jorge Sequeira director general de CINDE (Coalición Costarricense de iniciativas de Desarrollo):

El sector de ciencias de la vida es uno de los sectores estratégicos más dinámicos del país, cuyas empresas atraídas por CINDE han convertido a los dispositivos médicos en el principal producto de exportación de Costa Rica. Solo en 2018 las empresas del sector generaron más de 4.000 empleos de calidad a costarricenses y queremos que más oportunidades de este tipo se sigan generando a partir de estas y otras empresas.

Siendo una actividad anexa al turismo médico no se debe ver y dejar a un lado, al contrario, esta desarrolla y hace crecer el comercio exterior y les da un alto valor a las exportaciones ya que se están desarrollando dispositivos que posteriormente se van a utilizar en el turismo médico o bien la atención médica en alguna parte del mundo y fueron hechos o manufacturados en Costa Rica por aproximadamente 4000 costarricenses con una alta calidad de mano de obra.

Indica Procomer (2019) que la industria de dispositivos médicos continúa dando pasos firmes, solo en 2018 este sector se posicionó como el principal exportador de bienes del país con un 29% de participación y ventas por \$3.247 millones, un 19% más que en el 2017 en donde es sede Costa Rica de 92 empresas de manufactura de diversos dispositivos médicos.

El valor que le da a las exportaciones costarricenses esa atracción de inversión extranjera directa, ha permitido tener un valor agregado importante, en donde 29% de las exportaciones han tenido en participación la industria de dispositivos médicos y se puede ver el crecimiento desde el 2014 que era de 1676 millones de dólares, y para el 2016 fue 2472 millones de dólares, hasta llegar al

2018 con 3247 millones de dólares. El estudio de Procomer (2019) menciona que es evidente que, para un estudio de turismo médico, es relevante esta actividad convexa ya que incrementa el comercio exterior de Costa Rica, es una industria muy ligada a la atención médica ya que se hacen dispositivos que posteriormente se utilizarán en un tratamiento de un paciente y cómo van a darle calidad de vida a ese paciente nacional o internacional.

En Costa Rica a pesar de ser captadora de unas 92 empresas de manufactura de dispositivos médicos, existe una empresa local que desde el 2004 se ha dedicado a desarrollar y crear implantes mamarios. Esta empresa se llama Establishment Labs Holdings Inc se ha dedicado hacer implantes mamarios que hoy en día tiene sedes en Bélgica, Estados Unidos y Asia. Es la primera empresa costarricense en cotizar en la bolsa de Nasdaq. Esta empresa goza de régimen de zona franca y crea aproximadamente 400 empleos directos y de los cuales 370 son en Costa Rica (Garza,2018).

Al ser una actividad secundaria como se indica no es ajena al turismo médico porque muchos de esos implantes mamarios se utilizan en muchos procedimientos que buscan los pacientes internacionales no solamente en Costa Rica. Entonces, como el país produce otros dispositivos médicos, esto hace que estén unidas ambas industrias, y así hacen crecer el comercio exterior del país porque sin muchos de esos dispositivos médicos y los implantes mamarios no se podrían hacer tales procedimientos en el turismo médico.

4.3.2.2 Formas de promoción del turismo médico.

Las distintas formas que se utilizan para promocionar el turismo médico costarricense son principalmente las recomendaciones de los actuales clientes y el mercadeo digital, estas son las estrategias que utilizan las empresas para encontrar nuevos pacientes. Luego de estas dos se aprovechan los pacientes referidos por empresas facilitadoras en Estados Unidos y Canadá. Esta relación es un poco

delicada de los facilitadores médicos que se encuentran en esos mercados, porque muchas veces cobran alta comisiones y limitan un poco el acceso a nuestro mercado, por lo que no ha permitido que se desarrolle la industria.

Aun así, Costa Rica es exitosa en el turismo médico y es proveedor de esta industria por la calidad de profesionales y su cercanía con sus mayores mercados que son Estados Unidos de América y Canadá, pero los altos costos en hospedajes y alimentación le resta atractivo.

De acuerdo a la pregunta hecha al gerente de servicios médicos del hospital La Católica, Oscar Sánchez Serrano: ¿Como país qué cree que debe mejorar para atraer más turismo médico? El Sr. Sánchez respondió que el país tiene una excelente medicina. Tenemos hospitales de clase internacional. El problema es que Costa Rica es caro en general, las estadías y los cuidados posoperatorios aquí son costosos. Nuestras cirugías tienen gran renombre lo mismo nuestra medicina clínica y odontología.

Esto se puede tomar en cuenta para mejorar y podría existir un cierto distanciamiento entre ambas industrias, las hoteleras y de alimentación con respecto a las de turismo médico ya que es lo que se extrae en la respuesta, por que la estadía es importante para el paciente, pero si se muestra con un precio alto, hace poco competitiva la industria médica.

Igualmente, ante la pregunta si los esfuerzos de promocionar al país en el exterior como proveedor de la industria, el gerente de servicios médicos de Hospital la Católica, Oscar Sánchez Serrano menciona que se debe mejorar mucho la cara país en el turismo médico, en cuanto al *marketing*, y también explica que hacen falta empresas serias que se dediquen a dar la experiencia adicional al cliente que viene. No tenemos canales país de difusión que sean estables sobre este tema.

Los esfuerzos de *marketing* no son suficientes de parte del país mediante las instituciones encargadas para atraer inversiones en el comercio exterior es claro que existe poco apoyo estatal que según la ley de promoción de servicios de salud es tratar de crear cohesión y poner al turismo médico de interés nacional, quizá mediante esa política se pueda mejorar la promoción de la industria de parte del estado costarricense.

Existe la necesidad de incentivar a las empresas para que den una experiencia de viaje genuina al turista médico para que esta pueda disfrutar su estadía y que, a pesar de su condición, se sienta lo más cómodo y confiado y sea un referente que recomiende al país para que vengan más clientes a hacer uso de sus servicios de salud y esto nos ayude a mejorar los canales de difusión de la industria costarricense, ya que como menciona el gerente de servicios médicos del hospital La Católica no son los óptimos.

Por último, se identifica como amenaza que en otros países existan políticas públicas que favorecen el desarrollo de esta industria, mientras en Costa Rica no hay ningún tipo de apoyo (Chacón, s.f). Es una amenaza importante por que como se mencionó anteriormente casi 50 países han puesto como de interés público el turismo médico y Costa Rica hasta ahora fomenta mediante una política pública el turismo médico en donde trata de unir esfuerzos institucionales para apoyar la industria.

Por lo expuesto anteriormente el marketing es limitado algunos dirían que por el miedo que el Estado sea demandado por una mala praxis, pero para esto se debe dar un control interno fuerte en este caso por el rector de la salud en el país. El turismo médico costarricense tiene un gran potencial para desarrollar junto a sus actividades convexas y esto da para mejorar la calidad de vida de los cuidamos y acrecentar el comercio exterior del país. Tiene mucha oportunidad de crecer, pero debe mejorar porque existen mercados como el colombiano que tienen amplia experiencia en la industria médica.

4.3.3 Turismo médico en la República de Colombia.

De los países de la región que han dado gran importancia al turismo médico ha sido Colombia, a tal punto que ha sido reconocida su industria médica en el mundo no solamente en América Latina. Para el año 2032 Colombia quiere ser reconocida como uno de los líderes mundiales de turismo de salud generando al menos ingresos por 6 mil millones de dólares incluyendo el de bienestar y esta lo quiere hacer con la propuesta de valor de costos competitivos, alta calidad e innovación en la prestación de servicios (Chacón s.f)

Se entiende el potencial que Colombia ha detectado en esta industria y como quiere alcanzar ese objetivo que han implementado ciertas políticas públicas como las mencionadas que el gobierno colombiano ha generado una estructura de salud que permita un cubrimiento amplio y estable. Colombia en Sudamérica tiene el gasto más alto en salud con un 76% por encima de Brasil que es de 44% y hasta de Chile que es de 52%. Esto da seguridad de la importancia de la salud en general en Colombia ya que su gasto es evidente y se preocupa por la salud de sus ciudadanos.

El turismo médico colombiano es tendencia en la región, según Bernal (2020) solo el 2019 se realizaron casi 70.000 procedimientos estéticos, sin embargo, la cifra es menor con respecto al 2018 ya que es consecuencia de la fijación del IVA pese eso Colombia sigue siendo líder y Costa Rica se posiciona como un nuevo competidor. El mercado colombiano es muy dinámico y pese a esos factores que puede afectar un poco ese dinamismo, pero sigue siendo muy competitivo en la industria médica y se demuestra con ese número de procedimientos estéticos.

Mucho se ha hablado del potencial de Colombia en materia de turismo médico. Basta con caminar por las calles del centro de Bogotá o Medellín para dar fe de este dato (Bernal,2020). Por ende, no es casualidad que sea una fuente de crecimiento en el comercio exterior de Colombia y como se menciona de las cirugías estéticas solo en esa área según un estudio de la Sociedad Internacional de Cirugía Plástica (Isaps), Colombia es la tercera nación de la región a la que más viajan a

realizarse procedimientos estéticos, solo superada por Brasil y México.

En el 2019 llevaron a cabo 408 789 de estos procedimientos, 273 316 fueron quirúrgicos y 135 473 tratamientos estéticos que no requirieron intervención. Se puede deducir que es un sector bastante apetecido para realizarse alguna cirugía y que sus políticas y promoción a nivel internacional impacta su mercado de turismo médico. Siendo el tercer mercado en donde viajan a realizarse algún procedimiento y tratarse tanto de manera quirúrgica como sin intervención.

Un ejemplo de esto que Bernal (2020) expone y sabiendo que Dubái (Emiratos Árabes) está en los primeros destinos de turismo médico según Index (número sexto mejores destinos de turismo médico) una paciente mediante paquetes turísticos que promociona Colombia y buscado un aumento de senos que sigue siendo uno de los procedimientos más solicitados en el mundo, hizo un viaje de casi 24 horas, porque la cirugía le costaba US \$6.000 dólares y además de los costos de hospitalización, exámenes médicos y postoperatorios que subían al precio a US\$10.000 .

Además, usó actividades anexas y estuvo cerca de 10 días en el lugar de su cirugía, en donde contó con una enfermera especializada, descanso en un hotel excelente y se realizó cinco sesiones de terapia posoperatoria todo de la mano del cirujano que eligió y con los costos adicionales, seguía sin superar lo que costaba en Dubái (Bernal,2020). Este ejemplo se ve lo coordinado que está el sector que está unido a las actividades anexas que no elevan el precio, y lo hacen competitivo, y se vio anteriormente que si comparamos los precios de Colombia está por debajo de competidores como Costa Rica.

Si analizamos en porcentajes cuánta diferencia existe entre Colombia y Costa Rica entre los principales tratamientos cosméticos y odontológicos en costos promedio con los Estados Unidos según Chacón (s.f) en su estudio para Procomer se ahorraría en términos porcentuales lo siguiente

Procedimiento médico	Porcentaje de Colombia	Porcentaje de Costa Rica
Implantes dentales	52%	68%
Implantes mamarios	61%	45%
Levantamiento facial	64%	59%
Liposucción	55%	49%
Rinoplastia	34%	42%

Fuente:

Elaboración propia con base en Chacón (s.f)

Se puede concluir que existe una diferencia circunstancial ya que en procedimientos como implantes mamarios un 68 % menor en Colombia que en Estados Unidos y respecto a Costa Rica es de 45 % siendo así en donde se ahorra porcentualmente más en Colombia; pero otro procedimiento como la rinoplastia es más barato en Costa Rica se ahorraría un 42% un paciente, si se la hace en Colombia sería de 34%. En el área odontológica los implantes dentales se ahorraría un cliente 52 % en Colombia, pero en Costa Rica sería mayor su ahorro que es de un 68%.

Este detalle de porcentajes hace ver lo competitivo que es Colombia para su mercado meta como lo es Estados Unidos. Por otro lado es ver un nuevo competidor como lo es Costa Rica, que tiene en ciertos procedimientos en un ahorro importante para el cliente internacional y puede ser una opción fiable, aunque los precios de los servicios de hospedaje, alimentación y transporte a veces le restan atractivo, algo que Colombia si tiene muy alineado a su turismo médico para poder ser la mejor elección en todas las áreas de la cadena productiva como el ejemplo del cliente que llegaba de Dubái tuvo su atención médica e hizo uso de una serie de actividades secundarias.

La calidad del servicio y la amplia oferta de profesionales de la salud con que cuenta Colombia y si le sumamos la disponibilidad de tecnologías que no son usadas en otras naciones hacen más atractivo el destino. Cuentan con un *software*

que genera un modelo en 3D del paciente y le permite ver en tiempo real los resultados estimados de la intervención quirúrgica por realizar en muchas de sus clínicas.

Colombia como proveedor de servicios globales de atención médica se le pueden atribuir ciertos puntos que Procolombia (2019) menciona: Experticia clínica por la cobertura universal y la complejidad del epidemiológico de Colombia que ha permitido obtener experiencia en atención de pacientes. Su entrenamiento médico, sistema de calidad el cual cuenta con 23 de los mejores hospitales y clínicas de la región.

La especialización que Colombia tiene con profesionales con experiencia en la realización de procedimientos quirúrgicos de alta complejidad, empatía, el trato personal y de calidez en el trato al de parte de los profesionales de la salud son puntos que se mencionan que hacen que Colombia se muestre al mercado como una alternativa segura y confiable para los clientes que buscan un destino donde ser tratados de su padecimiento.

Estos puntos se ven ya reflejados en la práctica mediante los datos de exportación de servicios de salud de Colombia en donde el año 2014 eran de \$27 537 millones de dólares, para el 2016 fue de \$ 36.660 millones de dólares y hasta llegar al 2018 con \$57.473 millones dólares, es un crecimiento promedio de 27% (Procolombia,2019). Los datos dan para ver que las políticas públicas y demás puntos dan frutos porque ha tenido un crecimiento sostenido la industria medica colombiana y como esta impacta su comercio exterior por que con solo ver que es un 27% de crecimiento refleja su gran potencial en el turismo médico Colombia.

Los diferentes mercados que visitan Colombia al igual que Costa Rica son Estados Unidos de América y Canadá. Pero tiene otros mercados de América como Ecuador, México, Panamá, Antillas Neerlandesas y uno particularmente que es Países bajos del continente europeo. Colombia se caracterizado por buscar ampliar

su mercado meta a otros países de América eso representa un 60% de sus exportaciones médicas, algo que Costa Rica deja a un lado por que se enfoca en los mercados tradicionales de turismo convencional.

A nivel de acreditaciones de parte de Joint Commissions International (JCI) Colombia cuenta con 5 clínicas que son Procolombia (2019): Centro Médico IMBANACO Cali, Fundación Cardio infantil Bogotá, Fundación Cardiovascular de Colombia- Floridablanca, Hospital Pablo Tobón Uribe Medellín y Hospital Universitario Fundación Santa Fe de Bogotá.

Los pacientes especialmente de Estados Unidos y Canadá que fueron a hospitales con acreditación JCI expresaron su satisfacción con la atención recibida porque los procesos de atención fueron muy similares a los de su país de origen y fueron tomados sobre su situación médica y los protocolos de atención de seguimiento con una complacencia óptima. Quedan más satisfechos con el proceso y el flujo de información respecto a la personalización de su atención médica (Puente,2020). Otro punto para tomar es que las compañías de seguros de salud extranjeras usan hospitales con dicha acreditación.

Esa acreditación es importante porque evalúa infraestructura, tecnología, calidad de médicos, equipo, y servicios generales. Esto da cierta garantía al paciente internacional que el servicio está equiparado al de su país de origen por que como se sabe, la seguridad y confiabilidad influye para que el turista médico elija el destino y no solamente por costo, sino toma hoy en día otros factores en cuenta para tomar la decisión de ir a otro país a recibir atención médica. En fin, da una percepción de seguridad al paciente al ir una institución médica que cuente con la acreditación JCI. Esto le da un valor agregado a la industria médica colombiana

4.3.3.1 Zonas francas de turismo médico.

Las zonas francas son iniciativas públicas como lo menciona este

documento, que buscan incentivar el ingreso de capital privado a través de la asignación de localidades específicas con exenciones tributarias y facilidades en la adquisición de capital físico con el fin de posicionar un sector productivo. Esta iniciativa en Colombia se puso en marcha en el Gobierno de Álvaro Uribe Vélez (2002-2010) mediante una política de transformación productiva, quiso posicionar sectores no tradicionales de la economía con relativo éxito en términos de comercio exterior (Puente,2020).

Con esa iniciativa, las zonas francas que Colombia ha impulsado para sus servicios de salud son rentables y competitivos al darse desde una iniciativa de política pública como se ve desde el 2000 cuando se consolidó la idea. Según Procolombia (2019) 14 zonas francas cuentan con excepción tributaria y ofrecen una unificada oferta de servicios médicos y sirven de clúster que son 6 también (grupos de empresas que trabajan interrelacionadas) y están a lo largo del territorio colombiano Procolombia (2019)

Zona Franca	Departamento
Clínica Hispanoamérica	Nariño
Clínica Los Nogales	Bogotá
Clínica Marly	Bogotá
Clínica Universitaria Medicina Internacional	Córdoba
Clínica Portoazul	Atlántico
Diacor Soacha	Cundinamarca
Instituto del Corazón de Bucaramanga (Fosunab)	Santander
Fresenius Medical Care	Cundinamarca
Fundación Cardiovascular	Santander
Fundación Centro tratamiento e investigación sobre el cáncer Luis Carlos Sarmiento (Ctic)	Bogotá
Hospital San Vicente De Paúl	Antioquia
Medical Duarte	Norte de Santander
Serena Del Mar	Bogotá
Ciudadela Salud	Cundinamarca

Fuente: Elaboración propia con base en datos de Procolombia (2019)

Esas 14 zonas francas han dado un gran potencial al turismo médico colombiano que ha unificado servicios médicos de diferentes áreas que a la vez ha ayudado a desarrollar la dinámica del comercio exterior poniendo al sector en el número 3 de la región y 25 del mundo (Índex) ha bajado unos puntos en el último *ranking*, pero hay que entender varios puntos de los nuevos competidores en la industria y situaciones internas de Colombia como la imposición del IVA que era de un 19% a las cirugías estéticas en la última reforma del año 2019 se eliminó, pero como se expuso no ha dejado de crecer el turismo médico hasta llegar a un 27% desde 2014 al 2018 .

La inversión económica de estas zonas francas es sumamente alta, Bernal (2020), en la ciudad de Santander es de los clústeres de mayor crecimiento en los últimos cinco años, se encuentra en Bucaramanga y su inversión ha sido de 400 millones de dólares destinados a la construcción de mega hospitales y actualización en tecnología de las clínicas (Bernal 2020).

4.3.3.2 Formas de promoción del turismo médico en Colombia.

Al igual que Costa Rica, es por medios de páginas en internet y por supuesto en redes sociales, así lo comenta una paciente:

Empecé a buscar por Instagram, con amigas que se hubieran operado. En eso encontré al doctor Téllez. Vi sus publicaciones y me comuniqué vía WhatsApp. La valoración fue en línea, me hice los exámenes previos en Dubái y una vez tuve luz verde, viajé. Su equipo se encargó de coordinar todo sobre mi estadía (Bernal, 2020).

Claro está que las redes sociales juegan un papel preponderante en los negocios de hoy en día y el turismo médico no es la excepción y como se expresa,

pudo ver esa paciente todo lo que el doctor ha hecho y su contacto directo para poder llegar a Colombia coordinarlo por ese medio, hasta de una valoración previa por parte del doctor. Eso es el papel preponderante que las redes sociales juegan en la industria hoy en día.

Todo muestra que Colombia sale entre las mejores posiciones por el creciente flujo de turistas internacionales interesados en procedimientos médicos. La capacidad y especialistas disponibles y por sus salarios al sector lo hace competir siendo un actor importante en el turismo médico internacional.

Se puede decir que importantes empresas han escogido a Colombia como destino. Por lo mencionado Colombia es un mercado altamente profesional y la industria médica tiene una capacidad impresionante de crecimiento que da buenos trabajos y equipo profesional educado y en los índices de turismo médico sale bien posicionada y sus políticas públicas han hecho efecto en poder ver el interés a nivel nacional por que la industria médica colombiana se desarrolle y sea atractiva principalmente en el continente americano

Debido a lo expuesto, el turismo médico en Colombia es algo muy importante para su comercio exterior y ha hecho todo lo posible para impulsarlo y darle notoriedad en el mercado internacional y presentar su calidad y mostrar su competitividad a nivel mundial. La diferencia con respecto a Costa Rica se da en muchos aspectos no solamente en cuestión de precios sino en el interés de parte de sus políticas públicas ya que Costa Rica hasta ahora trata desde esa óptica ponerle el interés para poder desarrollarlo, pero aun así lo ha hecho muy bien y es un competidor del mercado colombiano.

Ambas naciones han buscado de una u otra manera acrecentar el turismo médico y consecuentemente su comercio exterior, es una industria con un crecimiento enorme de la mano de la tecnología no solamente del lado médico, sino

de procesamiento de datos y tecnología de información por medio de plataformas móviles. La telemedicina mediante esas plataformas a futuro va a dar un giro a la consulta y de la mano de la inteligencia artificial.

Por lo tanto, la industria médica es un mercado que impacta muchas áreas en donde la mano de obra debe ser sumamente calificada y por consecuencia tiene mejores salarios y esto hace crecer la economía interna del país destino. Tanto Colombia como Costa Rica tienen un enfoque similar, aunque con más experiencia y apoyo estatal la colombiana, pero el turismo médico como se analizó, ha crecido grandemente por lo que las actividades secundarias como las empresas de manufactura de dispositivos médicos que está ligada es un sector en crecimiento en Costa Rica.

CAPÍTULO V

5.1 Conclusiones

El turismo médico en Costa Rica goza de gran crecimiento, pero debe buscar nuevos mercados y alternativas que diversifiquen su oferta ya que nuestros competidores sí lo hacen. Colombia se oferta como una alternativa fiable a los demás países en Latinoamérica y mientras la industria costarricense apuesta por los convencionales solamente y esto ha provocado un estancamiento para algunos. Pero pese a eso, el 10,4 % de los ingresos turísticos del país son por atención médica por lo que se mantiene con buen índice (Bernal, 2020).

Las diferencias entre Costa Rica y Colombia en infraestructura en tecnología son evidentes, la inversión que Colombia hace para desarrollar su turismo médico es bastante fuerte, algo en lo que Costa Rica está atrás, a tal punto que solo cuenta con un hospital acreditado con JCI. Y si le sumamos que pequeños establecimientos de clínicas especializadas no cuentan con los recursos económicos para acreditarse por dicha agencia prestigiosa.

La industria de servicios de salud costarricense tiene un desarrollo impresionante, pero debe mejorar varios aspectos para ser más competitiva comparada a la colombiana como se ha mencionado anteriormente y como lo comenta el especialista en turismo Juan Manuel Sandí en la entrevista se debe mejorar en infraestructura, mejoramiento y facilidades de los hospitales, equipos para que la convalecencia sea menor y el turista pueda hacer visitas a lugares turísticos del país, mejorar la red vial, el tema de reducir costos e impuestos,

implementar nuevas técnicas en los tratamientos a aplicar así como un mayor mercadeo a nivel internacional, compromiso con el paciente.

Las zonas francas son un motor económico para el turismo médico en Colombia; claro está que tienen 14 y han invertido bastante para unificar la oferta de servicios de atención médica internacional. Ha demostrado que ha sido una política pública exitosa a pesar de las amenazas que han sufrido por la implementación de incluirlas en el IVA de 19% y tuvieron que revertirla por el impacto negativo que tuvo sobre ellas.

Costa Rica tiene una estabilidad social y seguridad política que le da confianza a un paciente internacional de recibir un tratamiento, eso es determinante por que como se expuso, ya se evalúan otros factores a parte del costo que tienen en el país destino.

El turismo médico ha impactado actividades secundarias en ambas naciones no solamente las de turismo convencional que son parte importante para desarrollar la industria médica, sino la que tiene que ver con fabricación y diseño de instrumentos médico y quirúrgicos de la que Costa Rica es captadora de todo ese sector y eso da crecimiento a su comercio exterior grandemente.

51.1 ¿Cómo es el Turismo médico como fuente desarrollo económico, en el comercio exterior, tomando los casos de la República de Costa Rica y la República de Colombia (2014-2020)?

El turismo médico como fuente de desarrollo en los países tanto en Costa Rica como Colombia juega un papel importante en su comercio exterior y por medio de políticas públicas un mercado como Colombia se ha desarrollado grandemente y un país como Costa Rica, que es pequeño, pero con sistema de salud pública con más de 80 años ha hecho un sistema fuerte y con una institucionalidad estable y le sumamos su estabilidad social y de seguridad se vuelve gran competidor para

industria medica internacional. Y para terminar le agregamos los excelentes profesionales en cada área. Así los más grandes mercados son atraídos por ambos países como lo es el estadounidense y canadiense ya que salen en busca de ese procedimiento evaluando cada sector y como este les puede dar la mejor solución a su salud.

En conclusión, el turismo médico es un motor de crecimiento económico, crea y se beneficia varias actividades secundarias a su alrededor y todo eso ayuda a crecer en el comercio exterior. En los países que analizamos se demostró con una serie de hechos que es una industria importante y cuáles aspectos de tecnología se deben tomar en cuenta para desarrollar de una manera más exitosa el turismo médico de los mercados estudiados.

5.2 Recomendaciones

Se recomienda a los servicios de salud costarricenses que se acrediten en la medida que se pueda con prestigiosas organizaciones como la JCI ya que esto da un valor agregado y realza el profesionalismo de toda nuestra industria médica y además está comprobado que eso da confiabilidad de parte del cliente internacional para tomar la decisión de escoger destino y aparte las aseguradoras recomiendan con mayor seguridad dichos servicios acreditados.

Se recomienda al Gobierno de Costa Rica impulsar políticas públicas y evaluar las zonas francas para establecer industria médica directa del turismo médico unificando servicios para hacer nuestra oferta más atractiva y no solo reducirlas a la manufactura, sino elevar en la cadena productiva y hacer crecer el comercio exterior por ese lado de la industria médica y no solamente el de la manufactura de dispositivos médicos.

Se recomienda a los actores de turismo médico colombiano que la promoción de los paquetes médicos debe ser diferenciada, debido a que no todos los clientes internacionales requieren lo mismo. Si bien es cierto que generalizar puede servir de referencia, no debe constituirse como una solución para cada paciente; se debe adaptar cada paquete a la situación que el paciente necesita.

Se recomienda a los Gobiernos de Costa Rica y Colombia que promuevan la cooperación entre ambas naciones, para que realicen convenios para la promoción internacional del turismo médico, enfatizando las áreas de mayor conveniencia de cada país.

A futuras investigaciones se recomienda estudiar más profundamente la viabilidad de incursionar en el mercado chino y latinoamericano y analizar la rentabilidad para el sector de turismo médico costarricense, ya que la Cámara de Salud Costarricense piensa que es un mercado potencial.

VI Bibliografía

- Acosta (2012) Sector Turismo Salud en Colombia. Recuperado de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/7093/AcostaGarciaVioletaCarolina2012.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Arias (2016) *El turismo médico en Cartagena: “oferta y barreras”* DOI: <http://dx.doi.org/10.15665/rde.v14i2.457>
- Arias (2016) *El turismo médico en Cartagena: “oferta y barreras”* DOI: <http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v14n2/v14n2a10.pdf>
- Arias, Caraballo, Matos (2012) *El turismo de salud: Conceptualización, historia, desarrollo y estado actual del mercado global* (pdf) [file:///C:/Users/kengp/Dropbox/Mi%20PC%20\(LAPTOPVD7N9R39\)/Downloads/Dialnet-EITurismoDeSalud-5114831.pdf](file:///C:/Users/kengp/Dropbox/Mi%20PC%20(LAPTOPVD7N9R39)/Downloads/Dialnet-EITurismoDeSalud-5114831.pdf)
- Chan (2018) LEY PARA LA PROMOCIÓN Y FOMENTO DE SERVICIOS DE TURISMO DE SALUD EN COSTA RICA. Recuperado de <http://www.aselex.cr/boletines/Proyecto-21140.pdf>
- Benavides (2015) *Las políticas públicas del turismo receptivo colombiano*. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X15000117>
- Bernal (19/03/2020) Turismo médico en Colombia cierra la década con proyección de \$990.500 millones a 2024 FORBES LIFE *Periódico* Recuperado de <https://forbes.co/2020/03/19/forbes-life/turismo-medico-en-colombia-cierra-la-decada-con-proyeccion-de-990-500-millones-a-2024/>
- Bascuñán, Herrera , Osorio (2014) TURISMO MÉDICO Y LAS VARIABLES QUE LO AFECTAN (pdf) Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/129750/Turismo%20m%C3%A9dico%20y%20las%20variables%20que%20lo%20afectan%20inestigaci%C3%B3n%20exp.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Calderón (2013) El acto médico estético como una obligación de medios reforzada: el caso de la cirugía plástica Recuperado de <https://ijj.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/bsk-pdf-manager/2017/06/El-Acto-M%C3%A9dico-Est%C3%A9tico-como-una-Obligaci%C3%B3n-de-Medios-Reforzada-El-Caso-de-la-Cirug%C3%ADa-Pl%C3%A1stica.pdf>

- Chacón (S.F) *Servicios Globales de Salud en Costa Rica* (pdf) Recuperado de <http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Servicios%20Globales%20de%20Salud.pdf>
- Cámara costarricense de la Salud (S.F) Turismo médico Recuperado de https://www.turismo_médico.org/crean-camara-de-la-salud-que-potenciara-turismo-médico-en-costa-rica-y-recopilara-datos-del-sector/
- Corrales (2011) ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD PARA EL POSICIONAMIENTO DEL CLÚSTER TURISMO MÉDICO SAN JOSE. Recuperado de [file:///C:/Users/kengp/Dropbox/Mi%20PC%20\(LAPTOP-VD7N9R39\)/Downloads/TESIS%20FINAL%20FINAL.%20P.pdf](file:///C:/Users/kengp/Dropbox/Mi%20PC%20(LAPTOP-VD7N9R39)/Downloads/TESIS%20FINAL%20FINAL.%20P.pdf)
- CARDENAS (2015) El sector emergente del turismo médico en la ciudad de Cartagena: oportunidades y desafíos para su desarrollo. Recuperado de http://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/4363/1/El%20sector%20emergente%20del%20turismo_Ana%20C%C3%A1rdenas%20A_2015.pdf
- Centralamericadata (jueves 15 agosto de 2019) Turismo médico: Costa Rica frente a la competencia centralamericadata *El periódico* Recuperado de https://m.centralamericadata.com/es/article/home/Turismo_médico_Costa_Rica_frente_a_la_competencia
- Deloitte (2021) 2021 global health care outlook Accelerating industry change Recuperate de [file:///C:/Users/kengp/Dropbox/Mi%20PC%20\(LAPTOP-VD7N9R39\)/Downloads/Global%20health%20care%20outlook8858.pdf](file:///C:/Users/kengp/Dropbox/Mi%20PC%20(LAPTOP-VD7N9R39)/Downloads/Global%20health%20care%20outlook8858.pdf)
- Deloitte (2019) 2019 Global health care outlook Shaping the future Recuperado de https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/za/Documents/life-sciences-health-care/za_lshc_hc_outlook_2019.pdf
- Establishmentlabs (2021) Recuperado de https://establishmentlabs.com/#av_section_3
- ESTRADA (2015) Propuesta para las empresas dedicadas al turismo médico en Cartagena analizando el caso de estudio de la Clinica Medihelp Services. Recuperado de <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0068835.pdf>
- FAO (S.F) información General de Costa Rica Recuperado de <http://www.fao.org/forestry/40021-072df4eef5a6e662193ff1698abb61aa6.pdf>
- Forestieri (2012) Turismo médico como opción de desarrollo económico del sector salud en Colombia (pdf) Recuperado de <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/2646/ForestieriKelly2012.pdf>
- Forestieri (2012) Turismo médico como opción de desarrollo económico del sector salud en Colombia recuperado de

<https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/2646/ForestieriKelly2012.pdf>

Ministerio de Comercio, industria, y Turismo (2020) Decreto legislativo 557

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/438fedeb-3735-487a-ad00-424e466807e2/Decreto-557-del-15-de-abril-de-2020-por-el-cual-se.aspx>

Garza (miércoles 27 enero, 2021) Costa Rica se cotiza al alza como destino médico en tiempos de pandemia *La República* El periódico Recuperado de <https://www.la Republica.net/noticia/costa-rica-se-cotiza-al-alza-como-destino- médico-en-tiempos-de-pandemia>

Garza (jueves 19 julio, 2018) Empresa de implantes mamarios será la primera de Costa Rica en cotizar en Nasdaq *La República Periódico* Recuperado de <https://www.la Republica.net/noticia/empresa-de-implantes-mamarios-sera-la-primera-de-costa-rica-en-cotizar-en-nasdaq>

Gómez (2017) Turismo en salud: ¿una forma de medicalización de la sociedad? (pdf) Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rlsi/v14n2/1794-4449-rlsi-14-02-00051.pdf>

Guerrero (2011) Sistema de salud de Colombia Recuperado de <https://www.scielosp.org/pdf/spm/2011.v53suppl2/s144-s155/es>

Guzmán (S.F) Radiografía de la Oferta de Servicios de Salud en Colombia Recuperado de <https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/9355/5.%20Radiograf%C3%ADa%20de%20la%20oferta%20de%20servicios%20de%20salud%20en%20Colombia.pdf?sequence=1>

La Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (2021) República de Colombia. Recuperado de http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/colombia_ficha%20pais.pdf

La Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (2021) República de Colombia. Recuperado de <https://www.analdex.org/2019/04/01/la-politica-comercial-para-el-cuatrenio-2018-2022/>

La Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (2021) República de Colombia. Recuperado de <https://mincit.gov.co/mincit/media/Políticas/Plan-Sectorial-de-Turismo-2018-2022-dic42020.pdf>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (S.F) PLAN SECTORIAL DE TURISMO 2018 – 2022 “TURISMO: EL PROPÓSITO QUE NOS UNE” recuperado de

<https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>

Martínez , (2015) Turismo médico generalidades para su comprensión integral doi 10.18601/01207555.n19.08 Recuperado de

<https://www.redalyc.org/jatsRepo/5762/576265105008/html/index.html#:~:text=El%20turismo%20m%C3%A9dico%20es%20una%20modalidad%20tur%C3%ADstica%20en%20la%20cual,depende%20de%20listas%20de%20espera%20%5B>

Ministerio de Comercio exterior de Costa Rica (2019) TLC entre la República de Costa Rica y la República de Colombia. Recuperado de

<https://www.comex.go.cr/tratados/colombia/>

MIDEPLAN Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica de Costa Rica (2016) Guía para la Elaboración de Políticas Públicas Recuperado de

https://www.inder.go.cr/acerca_del_inder/politicas_publicas/documentos/Guia-de-Elaboracion-de-PP.pdf

Medical tourism Index (2020) Overall MTI Ranking Recuperado de

https://assets.website-files.com/5d8aac42c851d2d6528d50d4/5f0df13e57906e9f895e3767_2020-2021%20Medical%20Tourism%20Index%20Overall%20Ranking.pdf

Ministerio de comercio exterior de Costa Rica (S.F) Política de comercio exterior e inversión de Costa Rica Recuperado de

<https://www.comex.go.cr/media/7653/anexo-1-dm-pol-cei-pol%C3%ADtica-de-comercio-exterior-e-inversi%C3%B3n-de-costa-rica.pdf>

Organización Internacional del Trabajo (2021) Servicios de Salud Recuperado de

<https://www.ilo.org/global/industries-and-sectors/health-services/lang-es/index.htm>

Parra (S.F) legiscomex Política comercial Colombia Recuperado de

<https://www.legiscomex.com/Documentos/politica-comercial-colombia-congreso-internacional-fitac-2016>

Procomer (6 febrero 2019) MANUFACTURA DE EQUIPO MÉDICO DE COSTA RICA SE ABRE PASO EN MRCADOS INTERNACIONALES RECUPERADO DE

<HTTPS://WWW.PROCOMER.COM/NOTICIA/MANUFACTURA-DE->

[EQUIPO- MÉDICO-DE-COSTA-RICA-SE-ABRE-PASO-EN-MERCADOS-INTERNACIONALES/](#)

Procolombia (2019) SECTOR SALUD Recuperado de

<https://clustersantander.com/media/1315b89f9c353b70641a8d4b43f777fb326feea1.pdf>

Puente Pacheco, M. A. D. L. y Lugo Arias, E. R. (2020). Turismo médico en Colombia Y Barranquilla. Universidad del Norte. Recuperado de

<https://elibro.net/es/ereader/bibliouia/171641?page=19>

Roa (2014) Turismo odontológico *Revista U Latina* Recuperado de

<https://revistas.ulatina.ac.cr/index.php/odontologiavital/article/view/289/297>

Umaña (23 de febrero 2020) Costa Rica como destino médico: compañías estadounidenses envían a sus empleados a atenderse en el país. *El Observador*

<https://observador.cr/costa-rica-como-destino- médico-companias-estadounidenses-envian-a-sus-empleados-a-atenderse-en-el-pais/>

Rueda (2017) Diagnóstico del sector de turismo de salud en el área metropolitana de Bucaramanga recuperado de

<https://repositorio.udes.edu.co/bitstream/001/1511/1/Diagn%C3%B3stico%20del%20sector%20de%20turismo%20de%20salud%20en%20el%20%C3%A1rea%20metropolitana%20de%20Bucaramanga.pdf>

Retana (2016) Medicina estética gana terreno entre turistas. *La República*

Recuperado de <https://www.la-republica.net/noticia/medicina-estetica-gana-terreno-entre-turistas>

Ministerio de Salud de Costa Rica (2018) Recuperado de

https://www.ministeriodesalud.go.cr/sobre_ministerio/directrices_dm/DAJ_decreto_41384_norma_habilitacion_sala_operaciones.pdf

. Ramos (S.F) Comercio exterior Introducción al comercio exterior Recuperado de

<http://fd.uach.mx/alumnos/2016/04/04/COMERCIO%20EXTERIOR%20Y%20ADUANAS%20.pdf>

Ruiz (2 de junio 2021) Costa Rica se propone conquistar el turismo chino, pero aún carece de presupuesto *La Nación Periódico* Recuperado de

<https://www.nacion.com/economia/negocios/costa-rica-se-propone-conquistar-el-turismo-chino/F5WRAXULNFAAFKUXFS2LNDLKRI/story/>

Sáenz (2011) Sistema de salud de Costa Rica Recuperado de

<https://www.scielosp.org/pdf/spm/2011.v53suppl2/s156-s167/es>

Sánchez (2017) Turismo médico y de bienestar: contexto global y perspectivas para México como país de interés. Recuperado

http://www.aept.org/archivos/documentos/ostelea_informe_medico.pdf

Anexos

7.1 Entrevista profundidad

El Señor José Manuel Sandi Calderón es un experto en turismo y es el director de la carrera de turismo en la Universidad internacional de las Américas (UIA)

Nombre: José Manuel Sandi Calderón

Profesión: director de la Carrera de Turismo en la UIA

¿Que debe mejorar el país para ser más atractivo para el turismo médico?

R/ Debe mejorar en infraestructura, mejoramiento y facilidades de los hospitales, equipos para que la convalecencia sea menor y el turista pueda hacer visitas a lugares turísticos del país, mejorar en mucho la red vial, el tema de reducir costos e impuestos, implementar nuevas técnicas en los tratamientos a aplicar, un mayor mercadeo a nivel internacional, compromiso con el paciente

Esto lo pregunto por qué el sector de turismo médico menciona q los precios de hospedaje, alimentación, y transporte en ocasiones los hace de esa forma y que el cliente no siente gran diferencia en precios

R/ Es que el turismo médico se compone de la parte medica como el tratamiento en aplicar y la parte turística que conlleva los servicios que mencionas, esto va depender de muchos factores, como el tipo de tratamiento que venga hacer, la cantidad de días, los tours y hoteles que va elegir, la temporada en la que viene. Decir que no se siente diferencia en precios es muy subjetivo.

¿Como especialista en turismo cree que es fiable aprovechar el visitante chino para turismo médico a largo y corto plazo?

R/ El segmento asiático es potencial para nuestro país, sin embargo, en China se desarrolla más tecnología y tratamientos más modernos y avanzados que en nuestro país, dudo mucho que este segmento quiera venir a nuestro país por estos motivos, más que todo el que nos visita es por motivos de ocio, compras, placer, negocios. En lo que si se pudiera convertir China es un proveedor de equipos para nuestro país.

¿Qué recomendaciones daría para el sector?

R/ Recomendaciones como las que te mencione en la pregunta No.1

7.1.1 Entrevista a profundidad

El Señor Oscar Sánchez Serrano es el gerente de servicios médicos Hospital la Católica

Nombre: Oscar Sánchez Serrano

Profesión: Gerente

¿Como país que cree que debe mejorar para atraer más turismo médico?

Somos un país con una excelente medicina. Tenemos hospitales de clase internacional. El problema es que CR es caro en general, las estadías y los cuidados post operatorios aquí son costosos. Nuestras cirugías tienen gran renombre lo mismo nuestra medicina clínica y odontología. Ya somos un país de turismo agradable por nuestras bellezas turísticas, pero a veces las personas buscan obtener lo mejor de ambas cosas: nuestro turismo de acción o ecológico y hacerse por ejemplo una cirugía, pero ambas generalmente no combinan del todo. Siempre se les sugiere que primero paseen y a lo último la cirugía, pero hemos visto casos en donde se hacer este proceso al revés y por supuesto el resultado final no es bueno. Se debe mejorar mucho la cara país de turismo médico, en cuanto al marketing, y también nos hacen falta empresas serias que se dediquen a dar la

experiencia adicional al cliente que viene. No tenemos canales país de difusión que sean estables sobre este tema.

¿Como ve el turismo médico en CR con respecto a Colombia?

Nosotros somos un país que atrae muchos turistas médicos y nos prefieren por encima de Colombia por nuestra calidad y humanismo. Los que vienen de EE. UU. y Canadá nos prefieren por cercanía y para pasear. Con los de Europa si competimos por precio, normalmente la propuesta de Colombia es más ordenada y rentable, dado que Colombia es más barato en comparación con nosotros en varios sentidos.