



TURISMO DE SALUD EN BAJA CALIFORNIA

Número 3 Octubre 2013

PRESENTACIÓN

La salud es la condición de bienestar más apreciada por el ser humano y por ello constituye una variable central en el diseño de los indicadores de desarrollo humano de cualquier nación. El turismo asociado a cuestiones de salud ha emergido con mayor fuerza en las últimas décadas, de forma que el binomio turismo-salud hoy en día representa un nicho de mercado al que debe prestársele atención, pues constituye una opción variable de desarrollo económico en los países en los que se lleve a cabo.

Según la firma Deloitte (2009), un número cada vez más creciente de pacientes de Estados Unidos y de otros países desarrollados viaja al extranjero con el propósito de atender su salud. Este turismo representa una opción atractiva para pacientes que no cuentan con un plan de salud en sus lugares de origen o carecen de los recursos suficientes. Para estas personas, atenderse fuera de su país puede representar un ahorro de hasta el 70 % de los costos que sufragarían en sus lugares de origen. De igual forma, la guía Patients Beyond Borders especifica que estos pacientes pueden

ahorrarse entre un 40 y un 65 % en la búsqueda de tratamientos médicos en territorio mexicano (Woodman, 2012).

Para Baja California, los desplazamientos por razones médicas constituyeron el segundo motivo de viaje de los visitantes internacionales durante el pasado invierno 2012-2013 (Bringas, 2013). Lo anterior contribuye a legitimar los esfuerzos que los agentes turísticos de la entidad han venido realizando desde hace algunos años para colocar la oferta bajacaliforniana de servicios médicos dentro del *top of mind* de los visitantes que buscan obtener un servicio médico de buena calidad a un mejor precio.

Teniendo presente lo anterior, el Observatorio Turístico de Baja California preparó esta edición del boletín con la finalidad de mostrar las características que tiene este importante segmento de mercado, para contribuir a la comprensión de la oportunidad que tiene Baja California para atraer este nicho en constante expansión.

*Salvo que se indique lo contrario, los datos estadísticos presentados en este boletín provienen del estudio "Caracterización de los visitantes internacionales en las ciudades fronterizas de Baja California: Mexicali y Tijuana (Invierno 2012-2013)".

†Las imágenes fotográficas provienen del archivo fotográfico del observatorio turístico y del banco de imágenes de la Secretaría de Turismo del Estado de Baja California.

-En las gráficas donde la suma de porcentajes no da como resultado 100 %, es debido al redondeo y/o a la proporción de respuestas "no sabe/ no contestó" o "no especificado".



CONTENIDO

Presentación	
Introducción.....	3
Turismo de salud, médico o de bienestar ¿son lo mismo?.....	5
Baja California en el contexto nacional.....	6
Algunas características de los visitantes internacionales del segmento de salud.....	7
Derrama económica.....	9
Experiencia de viaje.....	10



Turismo

Más que una moda, el turismo se ha convertido en un antídoto, en un escape frente a la agitada vida moderna. Pero viajar también es una alternativa en la búsqueda de opciones para atender y mejorar la salud, convirtiéndose incluso en un motivo de peso para desplazarse hacia otro país.

El binomio salud-turismo es quizá tan remoto como la existencia misma de los viajes. Desde la antigüedad el hombre ha recorrido grandes distancias tras la pista de una cura milagrosa que restableciera su bienestar o aminorara sus dolencias. Bajo esta premisa surge el turismo de salud, y aunque sus orígenes son imprecisos, se han documentado viajes que se considera marcaron el inicio de este tipo de turismo; el más antiguo viaje del que se tiene conocimiento fue el realizado en el año 1480 a. C. por la reina egipcia

Hatshepsut al país de Punt, ubicado en la costa oriental de África, a donde se dirigió tras la huella de una cura para sus enfermedades (Goeldner y Brent, 2012: 29).

Posteriormente, la búsqueda esperanzadora de la fuente de la eterna juventud y la atención de la salud, llevó a que en diferentes épocas, distintas sociedades buscaran formas alternativas para curar sus enfermedades más allá de sus fronteras. Los viajes con fines terapéuticos hacia manantiales o aguas termales, constituyeron un importante motor que generó grandes desplazamientos por Europa en el siglo XVIII, cuando las cúpulas de la sociedad se desplazaban a lugares cercanos al mar, lagos o montañas que contaran con spas para tratamientos medicinales o de relajación (Lozato-Giotart, 1990; Fernández Fúster, 1991; Naraindas y Bastos, 2011).

de salud

en Baja California

Estos primeros desplazamientos realizados por las clases pudientes de los países avanzados se dirigían hacia otros países de igual desarrollo socioeconómico. Históricamente, los viajes por turismo de salud han sido un atractivo para las élites de todo el mundo, especialmente para las de los países subdesarrollados (Connell, 2006). Aunque en las últimas décadas han surgido cambios en esta tendencia, pues cada vez con mayor frecuencia, los visitantes de países desarrollados acuden a países en desarrollo a buscar alternativas para tratamientos de salud, ya sea por los bajos costos, el largo tiempo de espera en sus países de origen para recibir atención o por el trato humano en el servicio (Bernal, 2007; Herrick, 2007; Lunt *et al.* 2011).

En la actualidad, el proceso de globalización ha propiciado que los avances tecnológicos en materia médica y el acceso a mejores medios de transporte consoliden el turismo de salud como una actividad económica que genera altas utilidades en los lugares o regiones donde se promueve, mediante la oferta de tratamientos médicos, procedimientos científicos o tratamientos alternativos que resulten atractivos para millones de personas alrededor del mundo (Bernal, 2007; Deloitte, 2009; Lunt *et al.* 2011; Woodman, 2012; ProMéxico, 2013).

Sin duda, turismo y salud son dos componentes de la política pública que representan importantes baluartes para promover e incentivar el desarrollo económico de cualquier región y el estado de Baja California puede ser un buen ejemplo de ello, pues la calidad de los servicios médicos ofrecidos en la entidad ha logrado gran penetración en los mercados regionales e internacionales (ProMéxico, 2013).

Ante tal panorama, este número del boletín enfoca su atención en la caracterización de los visitantes internacionales que llegaron a Baja California motivados por cuestiones de salud, destacando su experiencia de viaje y el gasto generado por este segmento.



TURISMO DE SALUD, MÉDICO O DE BIENESTAR ¿SON LO MISMO?



Hospital Hispano Americano, Mexicali

Fuente: acervo fotográfico del Clúster de turismo médico y de salud de Mexicali

5

En la literatura especializada, a veces se definen y utilizan indistintamente los términos de turismo de salud, turismo médico y turismo de bienestar, lo que ha generado confusión tanto en el sector gubernamental como en la propia industria, de forma que definir las fronteras entre uno y otro concepto puede ayudar a establecer las bases para su comercialización y para el diseño de políticas públicas.

El turismo asociado a la salud es un segmento especializado del turismo que implica una noción de la salud mucho más amplia, que engloba al turismo médico y al de bienestar (wellness). Varias fuentes coinciden en señalar que el turismo de salud hace referencia a los viajes realizados fuera del lugar de residencia habitual, cuyo principal objetivo es someterse a un tratamiento o la búsqueda de una mejor salud; esta concepción incluye también cuestiones hedonistas o terapias alternativas (Henderson, 2004; Lunt *et al*, 2011; Lizarralde, 2013).

El turismo médico en cambio alude a los viajes realizados fuera del lugar de residencia habitual con el objetivo de adquirir servicios y procedimientos para tratar y/o curar alguna enfermedad (Henderson, 2004). De manera más puntual, el estudio realizado

por la OCDE (Lunt *et al*, 2011) señala que el turismo médico se lleva cabo cuando las personas eligen cruzar las fronteras internacionales con la intención de recibir algún tipo de tratamiento médico, como la cirugía quirúrgica, la atención dental u oftalmológica, los tratamientos de fertilidad y la cirugía estética, entre otros. Según este último estudio, lo que distingue a uno y otro turismo son las diferencias con relación al tipo de intervención, el escenario y los insumos que se utilizan.

Por su parte, el Global SPA Summit (2011) sugiere que el turismo de bienestar o wellness induced, como también se le conoce, implica viajar para realizar actividades que mantengan o enaltezcan la salud personal y el bienestar del individuo, y que busquen experiencias o terapias auténticas que no están disponibles en su lugar de residencia habitual. En un sentido más amplio, se ha desarrollado el concepto de bienestar como un estado especial de la salud que permite tomar conciencia para la construcción de una vida más satisfactoria, es decir, se busca un enfoque más integral, un equilibrio entre los aspectos físicos, espirituales, mentales, emocionales sociales y laborales del ser humano (Koncul, 2012).

BAJA CALIFORNIA EN EL CONTEXTO NACIONAL

Baja California tiene una larga experiencia en la atención de pacientes extranjeros, lo que le otorga una gran ventaja frente a otros destinos de turismo de salud del país, no sólo por su privilegiada ubicación geográfica, sino también por su tradición terciaria, aunada a la existencia de una infraestructura y equipamiento turístico, así como a la existencia de centros hospitalarios y clínicas de reconocido prestigio que otorgan a Baja California un marco ideal para convertirse en el estado donde se promueve y protege la salud.

Se prevé que en el futuro inmediato exista una demanda creciente de servicios de la salud en México y particularmente en Baja California, de parte de

estadounidenses, ello como resultado de las reformas a la ley de salud en el vecino país, el encarecimiento de los servicios de salud, el envejecimiento de la generación del baby boom, así como por la creciente búsqueda de una atención sanitaria personalizada y de calidad, y en

general, por la existencia de una mayor sensibilización en el cuidado y prevención de la salud, que constituyen aspectos que deberán revalorar el potencial del estado para reposicionarse y alcanzar esta meta.

Existen ocho estados mexicanos reconocidos mundialmente por contar con clínicas y hospitales privados considerados de alta calidad por el equipamiento, la tecnología, la especialización del personal y la calidad humana necesaria para atender pacientes internacionales. Baja California ocupa el primer peldaño, al contar con 13 de los 66 establecimientos mexicanos que brindan servicios de salud a visitantes internacionales, lo que significa que el

20 % de la oferta nacional con capacidad de exportación se localiza en este estado fronterizo. En Tijuana se ubican los siguientes establecimientos de salud privada: el hospital SIMNSA, el Centro Médico Excel, el Hospital Ángeles de Tijuana, el Codet Vision Institute, Vita Spa Tijuana, Protegencell, Cosmed y el Hospital y el Centro Médico del Prado. En Playas de Rosarito se encuentra Serena Senior Care y en Mexicali se localizan el Hospital Almater, el Hospital de la Familia, el Hospital Hispano Americano y el Hospital de la Mujer (ProMéxico, 2013).

Igualmente, Baja California cuenta con el spa reconocido como número uno en el plano mundial: Rancho La Puerta Fitness Resort Spa, ubicado en la ciudad de Tecate, a las faldas del Cuchumá, cerro considerado un sitio sagrado para los indígenas de ambos lados de la frontera. Este spa ha recibido por varias ocasiones el premio que otorga la revista Travel+Leisure, que invita a sus lectores a votar para seleccionar al spa de su predilección en todo el orbe mediante la encuesta World's Best Awards.

Rancho La Puerta es un atractivo emblemático por su filosofía de bienestar puesta en práctica desde 1940 por sus fundadores, el matrimonio formado por Edmond y Deborah Szekely, y que se ha mantenido a lo largo de estos 70 años. Este spa es reconocido por brindar clases de acondicionamiento físico, contar con sus propios huertos orgánicos y una cocina saludable, así como por ofrecer servicios de spa de lujo y otras terapias alternativas como hidroterapia, masajes, reiki, entre otras (entrevista con Roberto Arjona, administrador del spa, 2013).

Estados de México con el mayor número de clínicas y hospitales privados con calidad de exportación (2013)

Estado	Número de clínicas y hospitales
Baja California	13
Chihuahua	5
Distrito Federal	4
Guanajuato	8
Jalisco	10
Nuevo León	11
Quintana Roo	4
Tamaulipas	11
Total	66

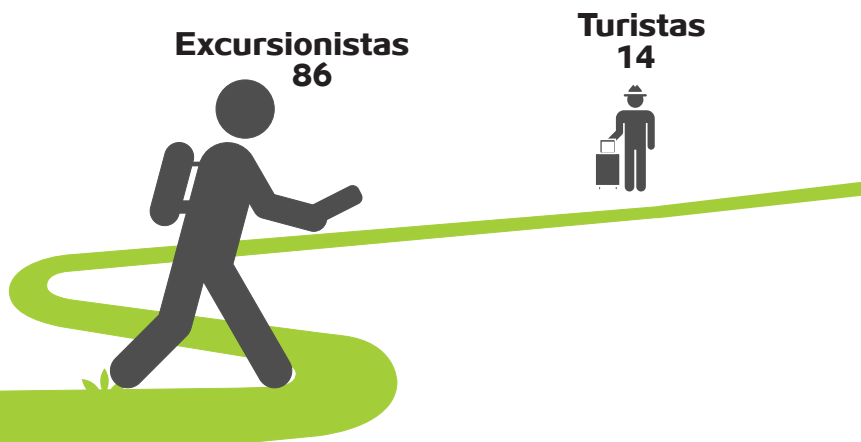
Fuente: ProMéxico, 2013



ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES INTERNACIONALES DEL SEGMENTO DE SALUD

Baja California recibe de manera cotidiana miles de visitantes procedentes de Estados Unidos, muchos de ellos cruzan con la intención de recibir atención y tratamientos médicos de calidad a un mejor precio. De acuerdo con el estudio realizado por el Observatorio Turístico de Baja California "Caracterización de los visitantes internacionales en las ciudades fronterizas de Baja California: Mexicali y Tijuana (Invierno 2012-2013)", el estado logró atraer a

Tipo de visitantes (porcentajes)

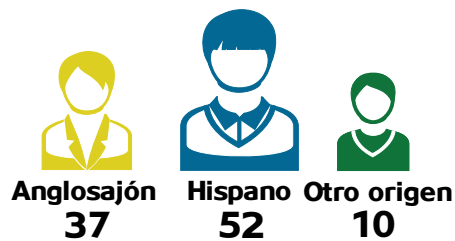


un flujo cercano a los 840 mil visitantes procedentes del estado de California, cuyo principal motivo de viaje estuvo relacionado con la atención y el cuidado de su salud.

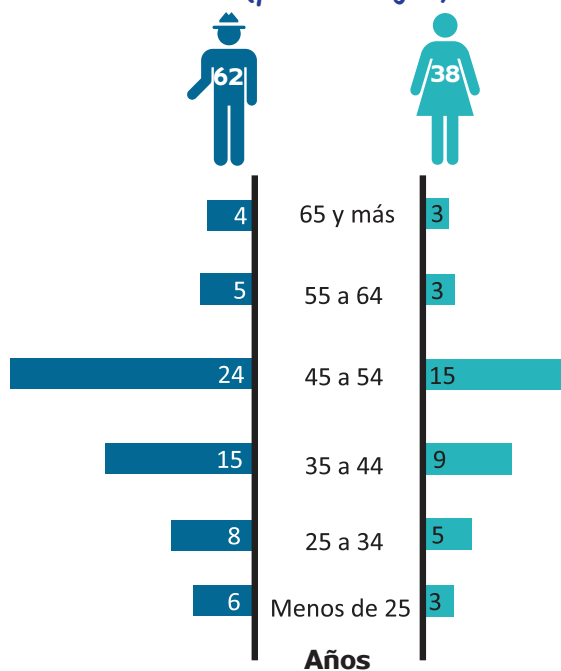
Este volumen de visitantes que llegó por cuestiones de salud, representó el 15 % del total de visitantes internacionales en la entidad durante el mismo periodo, convirtiéndose en el segundo motivo de viaje hacia Baja California.

Los visitantes por motivos médicos fueron en su mayoría hombres (62 %), y el rango de edad predominante fue de 35 a 44 años (39 %).

Origen étnico (porcentajes)



Grupos de edad y sexo (porcentajes)



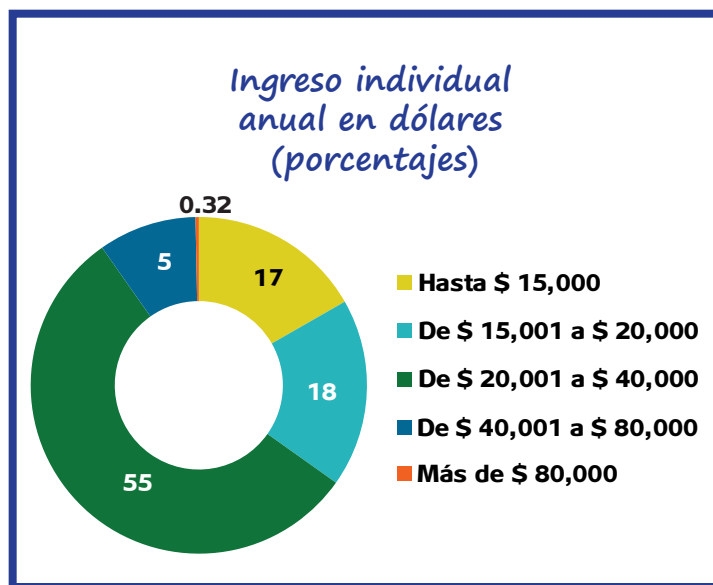
Tal como se esperaba, se registró una mayor presencia de visitantes de origen hispano, pues la dinámica social que caracteriza a la frontera norte del país permite a las familias extender sus lazos más allá de los límites internacionales, además de obtener servicios de primer mundo a precios más económicos. Llama la atención el flujo de visitantes anglosajones, ya que éstos representaron el 37 % del segmento de salud, lo que deja entrever que las condiciones culturales no son un impedimento para viajar al estado en busca de tratamientos de salud.

Como lo confirman las tendencias mundiales, cada vez más visitantes de los países desarrollados acuden en busca de servicios de salud allende las fronteras, por las causas que ya han sido citadas previamente (Bernal, 2007; Deloitte, 2009; ProMéxico 2013). Cabe resaltar que los visitantes internacionales que llegaron a la entidad por motivos de salud en su mayoría son residentes del estado de California, principalmente de los condados de San Diego (54 %) y en menor medida de Los Ángeles (12 %) e Imperial (7 %).

El segmento de salud puede considerarse preponderantemente adulto debido a que éste cuenta con el poder adquisitivo necesario para pagar los servicios de salud ofrecidos en el estado, lo que se refuerza con el hecho de que sólo el 7 % de los encuestados que demandaron tratamientos de salud eran menores de 25 años y 36 % tenían entre 45 y 64 años y sólo 9 % eran

visitantes de la tercera edad (mayores de 65 años). Gran parte de este mercado es población de ascendencia mexicana que vive en el vecino país y muchos de ellos no cuentan con cobertura médica para atenderse en Estados Unidos.

El 19 % de quienes dijeron hacer uso de los servicios de salud en Baja California son visitantes que tienen un ingreso anual inferior a los 20 mil dólares, lo que posiblemente signifique que no cuentan con cobertura médica en el vecino país. El 31 % de este segmento tiene un ingreso individual que oscila entre los 20 mil y 40 mil dólares anuales monto que, de acuerdo con el U.S. Census Bureau (2013), se ubica dentro del ingreso promedio en Estados Unidos lo que hace suponer que aun teniendo los medios para adquirir el servicio en su país, consideran como una mejor opción obtenerlo en Baja California.



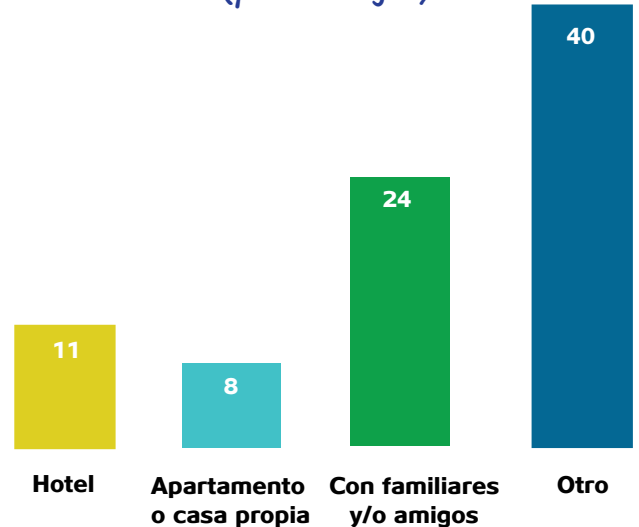
Fuente: acervo fotográfico del Clúster de turismo médico y de salud de Mexicali

DERRAMA ECONÓMICA

Del total de los visitantes, casi 114 mil pasaron al menos una noche en su destino principal, mientras que la cifra restante permaneció sólo algunas horas, por lo que no tuvo la necesidad de utilizar ningún tipo de alojamiento. De esta manera, la estancia promedio de los turistas que viajaron por motivos de salud fue de 1.9 noches y de éstos sólo un 11 % utilizó servicios de hotel, mientras que 24 % se alojó en casa de familiares o amigos y un 8 % afirmó contar con apartamento o con casa propia como segunda residencia.



Tipo de alojamiento utilizado por el segmento de salud (porcentajes)



Durante el periodo estudiado el turismo de salud en la entidad generó una derrama económica de aproximadamente 105.5 millones de dólares, de los cuales es posible relacionar el 66 % con tratamientos de salud (médicos, dentistas, oftalmólogos y compra de medicamentos). Debido a la propia naturaleza de la encuesta no fue posible identificar el tipo de servicio o tratamiento de salud que contrataron. El restante 34 % fue destinado principalmente a restaurantes, centros nocturnos, actividades culturales, entre otros servicios y productos turísticos. Esta cifra representó sólo el 22 % del gasto total erogado

por los visitantes internacionales en la entidad durante el periodo estudiado.

En términos de expansión del mercado, se infiere un crecimiento de éste debido a la entrada en vigor de la nueva ley de salud en Estados Unidos, que obliga a cada ciudadano estadounidense a adquirir un seguro médico y a las compañías aseguradoras a venderlos sin ningún tipo de restricción debido al historial clínico de cada paciente (Cardona, 2012); debido a esto, muchos pacientes podrían ser canalizados a Baja California para recibir atención y tratamiento médico.

Distribución del gasto (porcentajes)



EXPERIENCIA DE VIAJE

En lo que a la dupla calidad-precio se refiere, destaca que el total de visitantes que viajaron al estado por motivos de salud, la mitad (50 %) consideró que el viaje valió lo que gastó y un 34 % estimó que el viaje vale más de lo que gastó. De esta manera, se hace evidente que la calidad está en concordancia con la exigencia de los visitantes en cuanto a precios.

Como complemento a las demandas de servicios de salud, Baja California cuenta además con diversos atractivos que complementan la experiencia de viaje del turista de salud o sus acompañantes. Esto se confirma debido a que 30 % de los visitantes de salud mencionaron a la gastronomía como uno de los elementos más positivos en su experiencia de viaje, seguido del trato amable de las personas (25 %), los precios económicos (10 %) y la hospitalidad (7 %). Todos estos componentes fortalecen la ventaja competitiva de la oferta bajacaliforniana en servicios médicos, razón por la que es posible hablar del turismo de salud como un factor de desarrollo en la región.

La consolidación de un segmento turístico en un destino se concreta a partir de factores como las experiencias, la satisfacción y el enriquecimiento

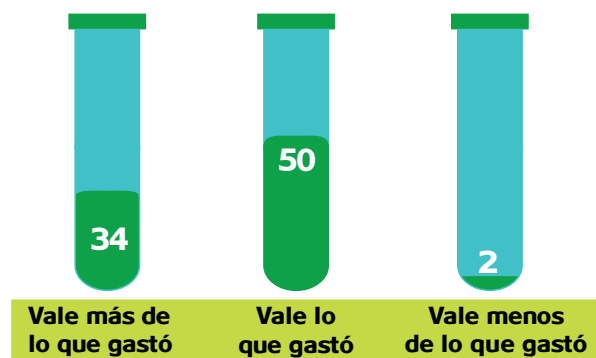
personal, lo que redundará en la intención de regresar y en cómo el visitante recomienda el lugar. Se considera que estas son razones suficientes para afirmar que Baja California tiene un inmenso potencial para desarrollar el turismo de salud, como lo demuestra que el 85 % de este segmento de visitantes afirmó que piensa regresar para utilizar los servicios de salud y que además tiene la intención de recomendar el destino; esto último representaría un crecimiento en la demanda de servicios de salud de la entidad.

La información relacionada con la experiencia de viaje de los visitantes por motivo de salud lleva a confirmar que este segmento está fortaleciendo su ventaja competitiva en el estado, al ser líder en bajos costos, pero sin poner en riesgo la calidad, que fue uno de los atributos más valorados por los encuestados, además del trato más cálido y cordial, lo que le permite establecer una diferenciación con respecto a sus competidores.



Hospital Angeles, Tijuana

Valoración calidad-precio (porcentajes)





Bibliografía

- Bernal, Richard L. (2007). "La globalización de la atención de la salud: oportunidades para el Caribe" en Revista de la CEPAL, Núm. 92, Pp.83-100.
- Bringas Rábago, Nora L. (Coord.) (2013). "Caracterización de los visitantes Internacionales en las ciudades fronterizas de Baja California: Mexicali y Tijuana (invierno 2012-2013)", Tijuana, Reporte de investigación El Colegio de la Frontera Norte (Colf)-Secretaría de Turismo del estado de Baja California (Secture).
- Cardona, Cristina (2012), Impacto de la Reforma de Salud de los Estados Unidos en la Industria del Turismo Médico, Medical Tourism Association.
- Cook, Peta S. (2008). What is health and medical tourism?, in The annual conference of the Australian Sociological Association, 2 to 5 December 2008, The University of Melbourne, Victoria.
- Deloitte (2009). Medical Tourism. Update and Implications, Deloitte Center for Health Solutions.
- Fernández Fúster, Manuel (1991). Historia general del turismo de masas, Alianza Editorial, Madrid.
- Global SPA Summit (2011). Wellness tourism and medical tourism: Where do Spas fit?, Research Report, Global SPA Summit 2011.
- Goeldner, Charles R. & J. R. Brent Ritchie (2012). Tourism: principles, practices, philosophies / 12th ed., John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Henderson, Joan C. (2004). "Healthcare Tourism in Southeast Asia", in Tourism Review International, 7 (3-4): 111-21.
- Herrick, Devon M. (2007). Medical Tourism: Global Competition in Health Care, National Center for Policy Analysis (NCPA), Policy Report No. 304, Texas.
- Koncul, Niko (2012). "Wellness: a new mode of tourism," in Economic Research - Ekonomska istraživanja, Vol. 25 (2012) No. 2 (525-534).
- Lizarralde, Eduardo (2013), Turismo de salud en España, Escuela de Organización Industrial, Secretaría de Estado de Turismo, Fundación EOI, Madrid.
- Lozato-Giotart, Jean-Pierre (1990). Geografía del Turismo: del espacio contemplado al espacio consumido, Masson-España, Barcelona.
- Lunt, Neil; Richard Smith, Mark Exworthy, Stephen T. Green, Dan Horsfall & Russell Mannion (2011). Medical Tourism: Treatments, Markets and Health System Implications: A scoping review. OECD (OCDE), Paris, 55 p.
- Naraindas, Harish y Cristiana Bastos (2011). "Healing holidays? Itinerant patients, therapeutics locales and the quest for health", in Anthropology & Medicine 18(1): pp. 1-6, Doi: 10.1080/13648470.2010.525871.
- ProMéxico (2013). Turismo de salud, Secretaría de Turismo, Secretaría de Salud y Secretaría de Economía.
- U. S. Census Bureau (2013). Current Population Survey, 2013 Annual Social and Economic (ASEC) Supplement. En <http://www.census.gov/prod/techdoc/cps/cpsmar13.pdf> consultado el 15 de octubre de 2013
- Woodman, Josef (2012). Patients Beyond Borders: Everybody's Guide to Affordable, World-Class Medical Travel, World edition.

ESCRÍBENOS

observatur.bajacalifornia@gmail.com

VISÍTANOS

observaturbc.org

Coordinadora General
Dra. Nora L. Bringas Rábago
Coordinador Adjunto
Dr. Djamel Toudert

Participantes

Dr. Basilio Verduzco Chávez
Mtra. Yessica Vicencio Murillo
Mtra. María Teresa López Avedoy
Mtro. Heber Huizar Contreras
Mtra. Mariana Trejo Sánchez
Mtro. Christian Angeles Salinas
Lic. Mariana Argüello Escobedo
Lic. Alan Ingram Campillo

Apoyo Técnico especializado

Lic. Carlos Vladimir Ruelas González
Lic. Alberto Joaquín Acosta Rosales

Coordinación de revisión y captura
Lic. Luis Francisco Lares Serrano

Marco muestral
Mtro. Gilberto Hernández Olvera

Diseño Gráfico
Lic. Claudia Ramos Castillo

Secretaría de Turismo del Estado de Baja California

Lic. Juan Benjamín Tintos Funcke
Secretario de Turismo

Lic. José de Jesús Quiñónez Ramírez
Subsecretario de Turismo



Secretaría de Turismo del Estado
de Baja California
Edificio Río, Tercer Piso
Calle Juan Ruiz de Alarcón
#1572, Zona Río,
C.P. 22320
Tijuana, Baja California, México
Teléfono +52 664 682 3367



El Colegio de la Frontera Norte, A.C.
Carretera escénica
Tijuana - Ensenada, km 18.5,
San Antonio del Mar,
C.P. 22560
Tijuana, Baja California, México
Teléfono +52 664 631 6300