

Turismo y salud se unen para competir en los mercados internacionales

La Federación Nacional de Clínicas Privadas (FNCP), la Asociación Nacional de Balnearios (ANBAL), la Federación Empresarial de la Dependencia (FED), la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT) y la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) se han unido para crear el Clúster Español de Turismo de Salud, que nace con el doble objetivo de posicionar a España como un referente en el mercado del Turismo Sanitario y atraer flujos de pacientes hacia nuestros centros sanitarios e infraestructuras turísticas.



Según el estudio de mercado sobre turismo sanitario de la FNCP, el volumen total de negocio registrado por los países receptores de turistas sanitarios supera los 7.400 millones de dólares. En España el mercado ronda los 140 millones de euros aunque, gracias a las medidas propuestas en el estudio, entre las que figura la creación de este clúster, se espera que esta cifra crezca hasta los 500 millones de euros. Del estudio se desprende también que la calidad del sistema sanitario

la competitividad de las empresas que lo forman y la de la región en la que se encuentran". Además, resaltó que desde el clúster se podrá diseñar un producto que abarque toda la cadena de valor del turismo sanitario, "un producto global y competitivo, específico para cada mercado al que nos dirigamos".

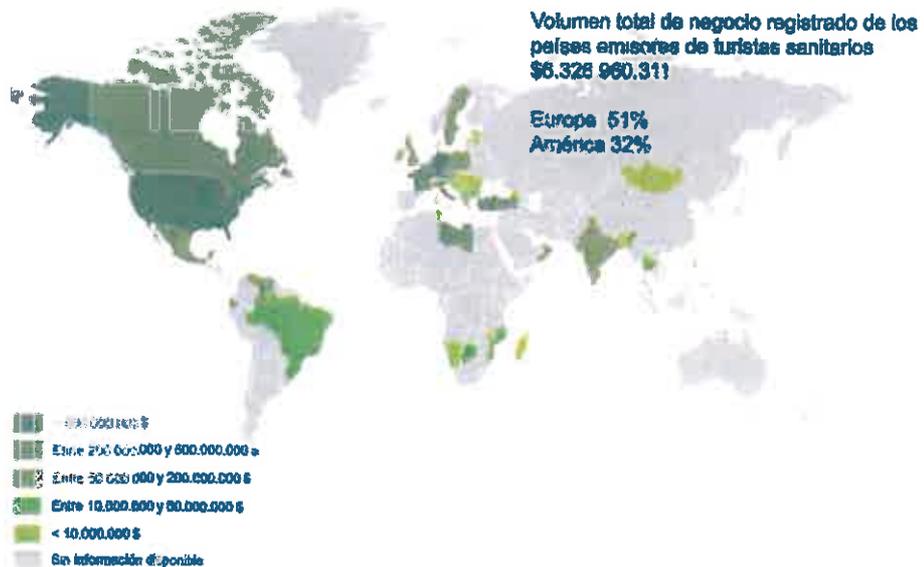
Colaborar para crear un producto atractivo

Para el presidente del Clúster, "dos sectores que están en polos opuestos reconocen hoy la necesidad de colaborar para conformar un producto atractivo en los mercados internacionales. Se sienta, así, un precedente de lo que debería ser la colaboración intersectorial en nuestro país".

El sector turístico reconoce al sector de salud su "calidad y capacidad de gestión competitiva, su cartera de servicios, así como su legítima interlocución ante las

y asistencial y la experiencia en la gestión de flujos turísticos, junto con la rica oferta cultural y la climatología benévola, hacen de España un destino de turismo sanitario con un enorme potencial de crecimiento. Además de ser atractivo para los principales mercados emisores europeos, Alemania, Reino Unido y Francia, también opta a captar a los viajeros de los países nórdicos y del Benelux. Durante la presentación del clúster en Madrid, Irúgo Valcaneras, de la Clínica Universidad de Navarra y Presidente del Clúster, destacó la importancia de la cooperación entre empresas para mejorar la ventaja competitiva del conjunto. "La creación de un clúster contribuye a mejorar

Mercado Global del Turismo Sanitario Caracterización del mercado del turismo sanitario: Europa

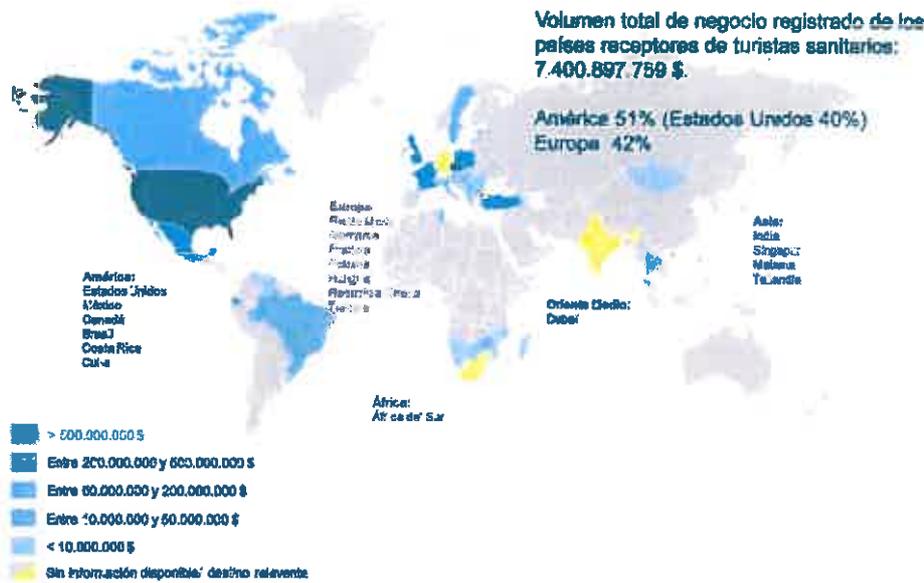


Fuente: Estudio de Mercado Turismo Sanitario. FNCP y Deloitte

Mediante el fortalecimiento de la presencia en el mercado de España se trata de garantizar la competitividad y el posicionamiento de España entre los principales países emisores de competidores de los centros sanitarios.

El país que más turistas recibe es España, con un volumen de negocio de 7.400 millones de dólares, seguido por Alemania con 2.000 millones de dólares y Reino Unido con 1.500 millones de dólares. El resto de países que reciben turistas sanitarios son: Estados Unidos, Francia, Italia, España, Alemania, Reino Unido, Portugal, Grecia, Turquía, Corea del Sur, China, India, Singapur, Malasia y Tailandia.

Mercado Global del Turismo Sanitario



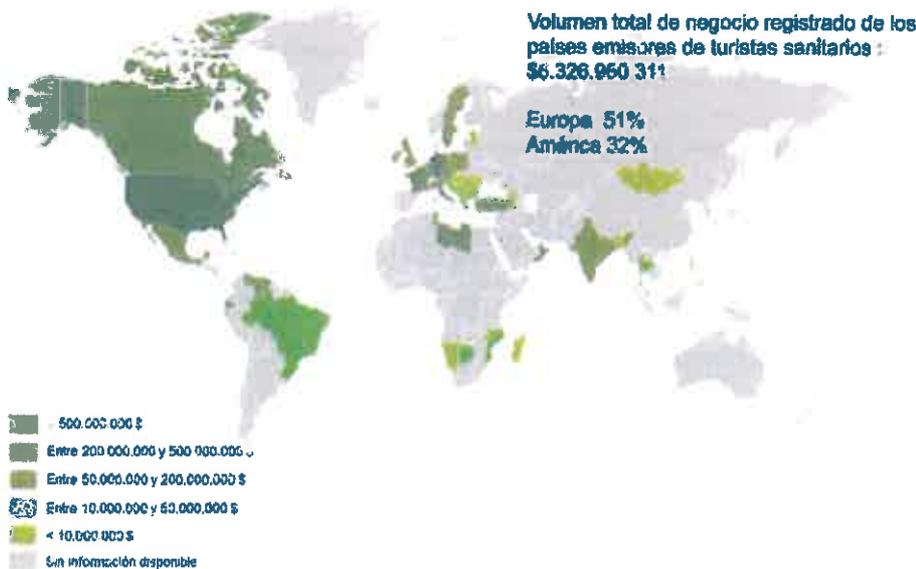
elaboración de un producto competitivo". "Como Representante de la FNCP y de la Clínica Universidad de Navarra es un orgullo pertenecer a este proyecto".

En su intervención, el presidente de ANBAL, Miguel Mirones, puso en valor el liderazgo histórico de los Balnearios en el llamado turismo de salud, ya que "estos establecimientos han reunido desde el S. XIX en sus instalaciones a todos aquellos turistas que planificaban sus vacaciones desde la óptica de la salud", y resaltó la enorme evolución de este mercado hasta el momento actual, "en el que el avance de la medicina permite que ciudadanos de todo el mundo busquen las mejores soluciones tanto técnicas como económicas para la prevención o tratamiento de diferentes patologías. Y eso hace que España pueda convertirse en el gran destino del turismo sanitario en el que, manteniendo los Balnearios su espacio, incorporemos productos que requieran de la participación de la prestigiosa red hospitalaria y de asistencia socio-sanitaria española".

Asimismo, Mirones señaló que "para la configuración de este producto, era imprescindible la creación del clúster que hoy presentamos en el que los diferentes sectores que deben tener participación activa en la configuración del producto que finalmente se presente en el ámbito internacional organicen su presencia en el mismo de forma armó-

Fuente: Estudio de Mercado Turismo Sanitario. FNCP y Deloitte

Mercado Global del Turismo Sanitario Países emisores de turistas sanitarios



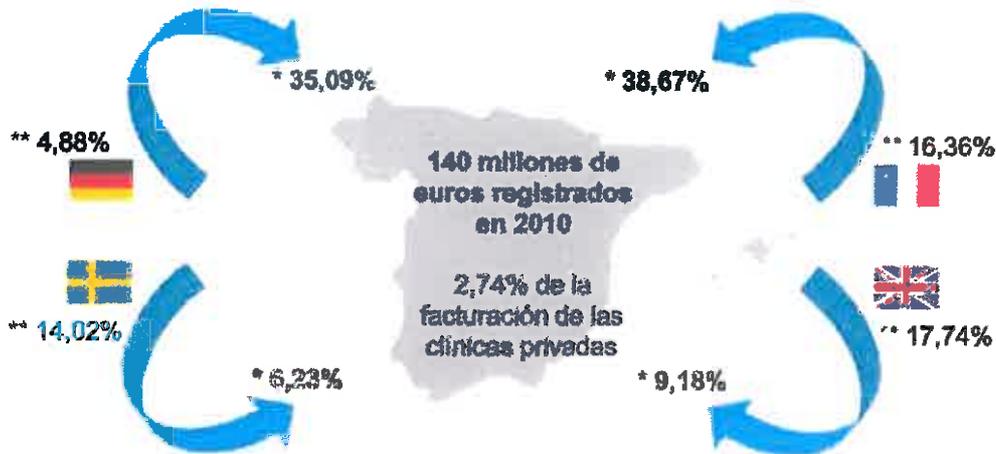
Fuente: Estudio de Mercado Turismo Sanitario. FNCP y Deloitte

Administraciones Sanitarias". Por otra parte, el sector de la salud reconoce al sector turístico español su "experiencia en la conformación de productos líderes en el mercado internacional, así como su legítima interlocución con las autorida-

des turísticas". Valcaneras destacó que con la creación de este Clúster "Turismo y Sanidad se unen en un pacto basado en el reconocimiento mutuo de las capacidades que cada uno de los componentes pueden aportar a la

El turista sanitario considera como un factor favorable a la hora de elegir un destino donde realizar su turismo sanitario la existencia de pequeños turistas sanitarios que faciliten la logística en la organización del viaje, como cualquier otra cuestión desde la salida en su país de origen, la llegada al destino, y el regreso al punto de partida.

Caracterización del mercado del turismo sanitario en España



* Volumen del mercado origen en España
** Volumen de España en el mercado origen

Fuente: Estudio de Mercado Turismo Sanitario. FNCP y Deloitte

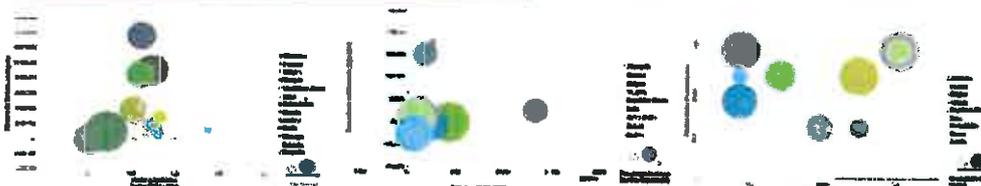
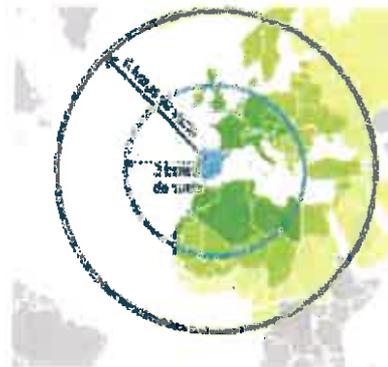
... nica, aportando cada uno de los integrantes el expertise del sector al que representan". Apuntando que "el ámbito sanitario, será quien aporte el valor técnico de la oferta, el turístico quien aporte la experiencia de comercialización

como producto turístico, y los balnearios, como sector que históricamente participa de lo sanitario y de lo turístico, actuarán como puente entre dos mundos que hasta la fecha no habían actuado coordinadamente."

Promocionar la oferta médica

Por su parte, Juan Molas, presidente de CEHAT, manifestó su satisfacción por la creación de este clúster que servirá para "ordenar y promocionar la oferta médica que indudablemente hace de España uno

Caracterización del mercado del turismo sanitario en España



Ejes de análisis: Volumen de turistas sanitarios, listas de espera, coberturas, poder adquisitivo, conectividad aérea, relación turística con España, entre otros.

Fuente: Estudio de Mercado Turismo Sanitario. FNCP y Deloitte

El estudio también recomienda al sector de salud en España y a su gestión de gestión sanitaria, el desarrollo de medidas, en colaboración con los actores turísticos, como las "Iniciativas de Turismo Saludable". Para ello, además, el estudio de mercado recomienda al sector turístico centrarse en "crear nuevos productos de servicios turísticos en el mercado internacional, así como en fortalecer la oferta turística por sus características específicas".

Resumen del análisis DAFO para el Destino España



Fuente: Estudio de Mercado Turismo Sanitario. FNCP y Deloitte

de los destinos sanitarios más reconocidos a nivel internacional". Para Molas, el objetivo es "conectar con los miles de visitantes que puedan estar interesados en acudir a los mejores centros sanitarios. Además, con la puesta en marcha de este nuevo producto específico, ampliamos nuestra oferta, lo que sin duda sig-

nifica un valor añadido más para la dimensión hotelera española". A continuación el Presidente de la Federación Empresarial de la Dependencia, José Alberto Echevarría, destacó "que es nuestra obligación explorar nuevas vías de desarrollo en un sector que solo recibe la noticia de recortes. Apostar por el Tu-

rismo de Salud es apostar a futuro desde el convencimiento que el sector de la dependencia debe crecer por distintas vías e innovando y una de ellas muy interesante para nuestros empresarios es el turismo de salud".

Para Rafael Gallego, presidente de CEAV, "el Clúster Español de Turismo de Salud tiene como objetivo desarrollar un campo de negocio en el cual la colaboración y combinación entre expertos de los proveedores de cadena de servicios es muy importante, creando un turismo a medida que ofrece además otros servicios de valor añadido a los visitantes de nuestro país, conforme su perfil y necesidades reales".

Gallego destacó los datos de TURESPAÑA, según los cuales "en el año 2012, 21.368 turistas llegaron a España atraídos por la calidad de nuestro sector sanitario o por el estilo de vida saludable de España. Estos turistas gastaron 12,1 millones de euros, con un gasto medio que multiplica el de un turista convencional y estancias generalmente más largas". "Aunque es un número considerable de turistas, está claro que es un segmento con un importante posible crecimiento".

