



Estudio de Mercado de Turismo Sanitario

Presentación del estudio: FITUR

28 de enero de 2015



28 Enero
1 Feb.
2015

Feria Internacional de
Turismo

Estructura

Introducción

- Oportunidad de la iniciativa.
- Concepto de turismo sanitario.
- Objetivos y metodología del estudio.

Análisis de la situación de partida

- Mercado global del turismo sanitario.
- Análisis por países.
- El mercado del turismo sanitario en España.

Metodologías para la captación de turistas

- Factores de decisión.
- Cadena de valor del turismo sanitario.
- Casos de éxito de plataformas de captación de turistas.

Mercados objetivos para España

- Priorización de mercados.

Propuesta de posicionamiento

- Propuesta de posicionamiento España.
- Objetivos estratégicos.
- Proyectos y actuaciones.



Introducción

Oportunidad de la iniciativa

Convergencia de sectores

Sector Sanitario



- Elevada calidad
- Reconocimiento internacional
- Bajo coste relativo
- Resultados en salud
- Seguridad jurídica

Sector Turístico

Oportunidad de la iniciativa

Convergencia de sectores

Sector Sanitario

Sector Turístico



- Cuarto país en recepción de turistas y segundo en ingresos
- Amplia oferta turística y cultural
- Clima y posición geográfica favorable
- Grandes infraestructuras

Oportunidad de la iniciativa

Convergencia de sectores

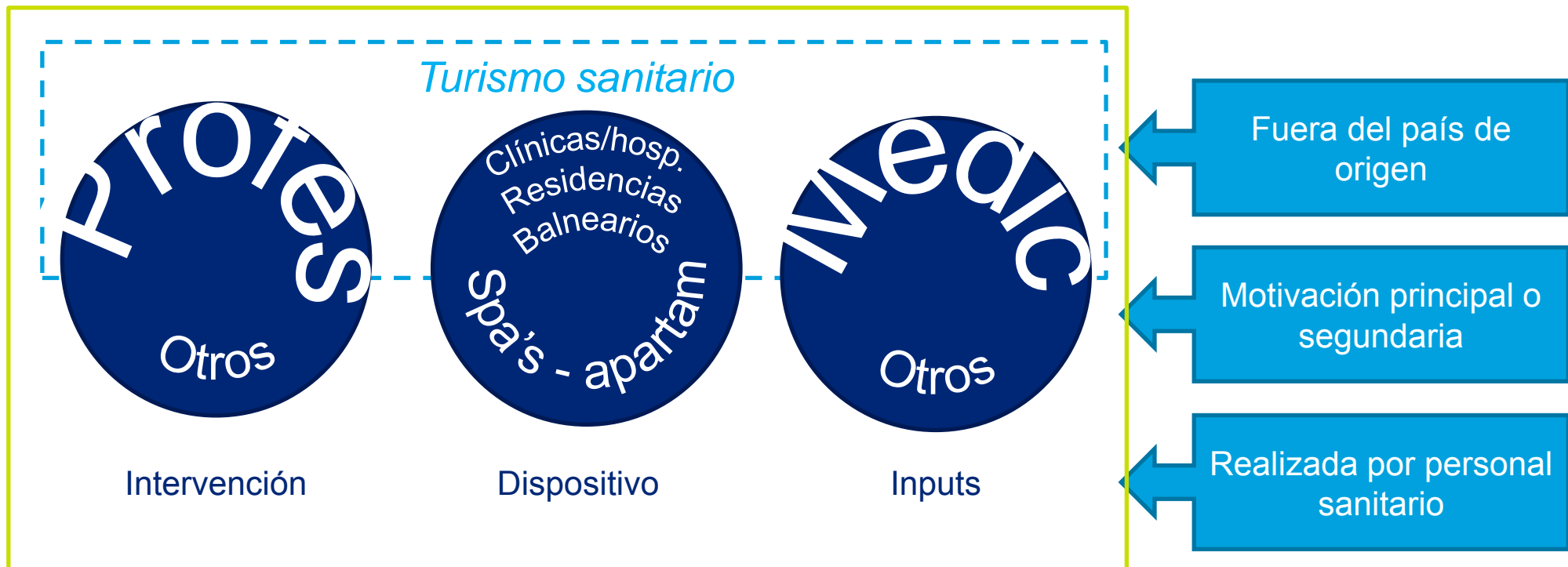
- España cuenta con **una escenario inicial excelente** para el desarrollo del turismo sanitario.
- Mediante el diseño y la **puesta en marcha de una estrategia integral de negocio**, es posible el posicionamiento de España entre los **principales países europeos de recepción de turistas sanitarios**.



Concepto de Turismo Sanitario

Turismo Sanitario

- Desplazamiento de pacientes fuera del país de origen con la motivación principal o secundaria de recibir un tratamiento **en el que participa personal sanitario**, independientemente del marco de provisión de los servicios, que podrá ser **hospitalario, residencial o balneario**.



Objetivos y metodología del Estudio

El **principal objetivo** del trabajo ha sido la elaboración un documento que permita **establecer aquellas oportunidades para el desarrollo del Turismo Sanitario en España**, con el fin último de **diseñar acciones para la atracción de flujos de turistas sanitarios** significativos hacia España.

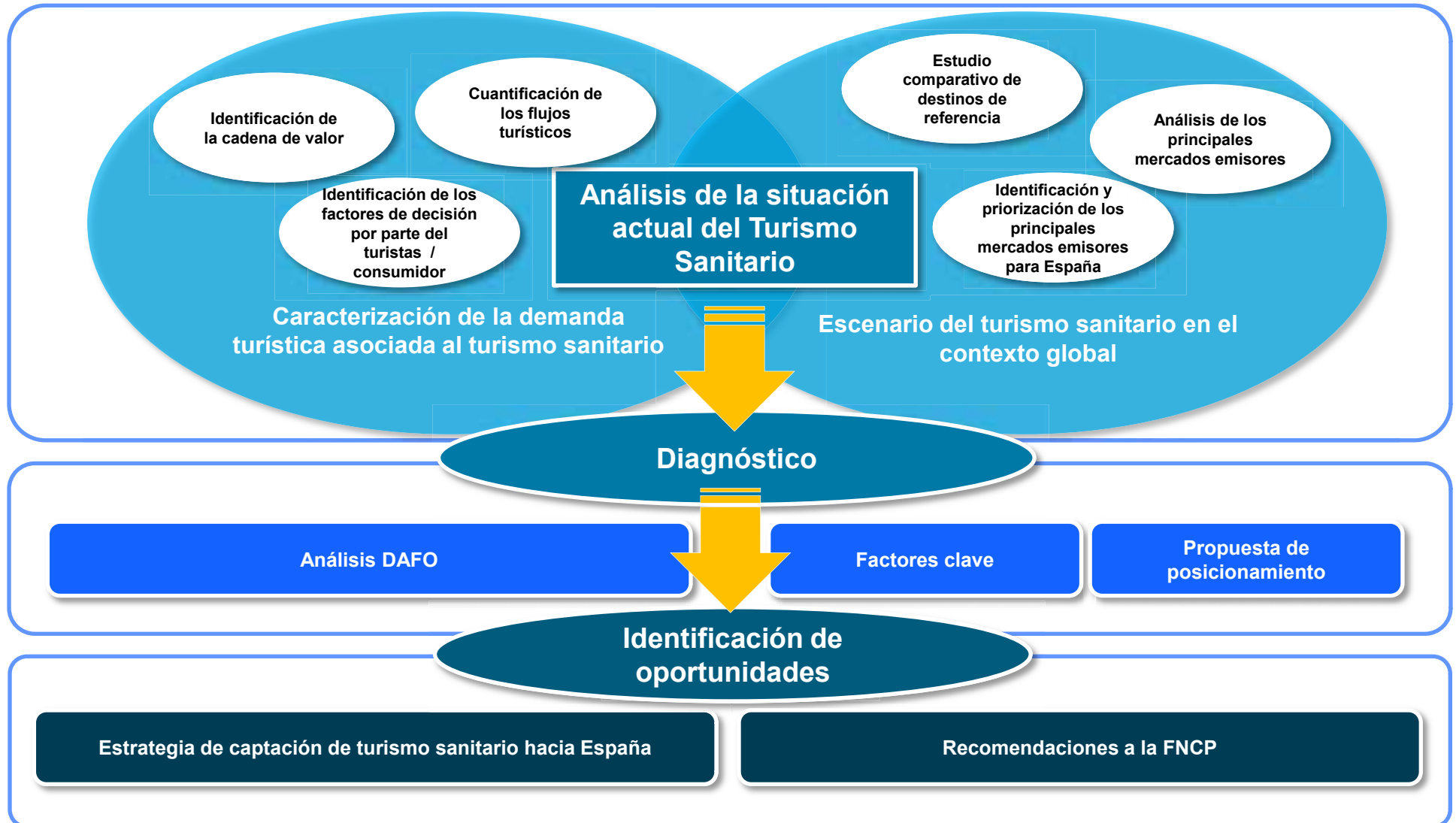
Analizar la situación del **turismo sanitario** en el **contexto global**

- Estudio de los **flujos de viajeros** por esta motivación.
- Análisis de las **principales características** de los **destinos competidores** para España.
- Definición de los **principales mercados emisores** potenciales.

Entender el **funcionamiento** interno del negocio del turismo sanitario

- Análisis de la **Cadena de Valor y Factores de Decisión**.
- Realización de un diagnóstico para el caso concreto de **España como destino de turismo sanitario**.
- Identificación de **oportunidades para su desarrollo futuro** y mejora de su posicionamiento.

Objetivos y metodología del Estudio



Mercado Global del Turismo Sanitario

Metodología empleada

- La metodología empleada en la aproximación al mercado del turismo sanitario está siendo utilizada por la **OCDE** en sus publicaciones anuales “**Health at a Glance 2009**”, “**Health at a Glance 2011**” y “**Health at a Glance: Europe 2012**”.

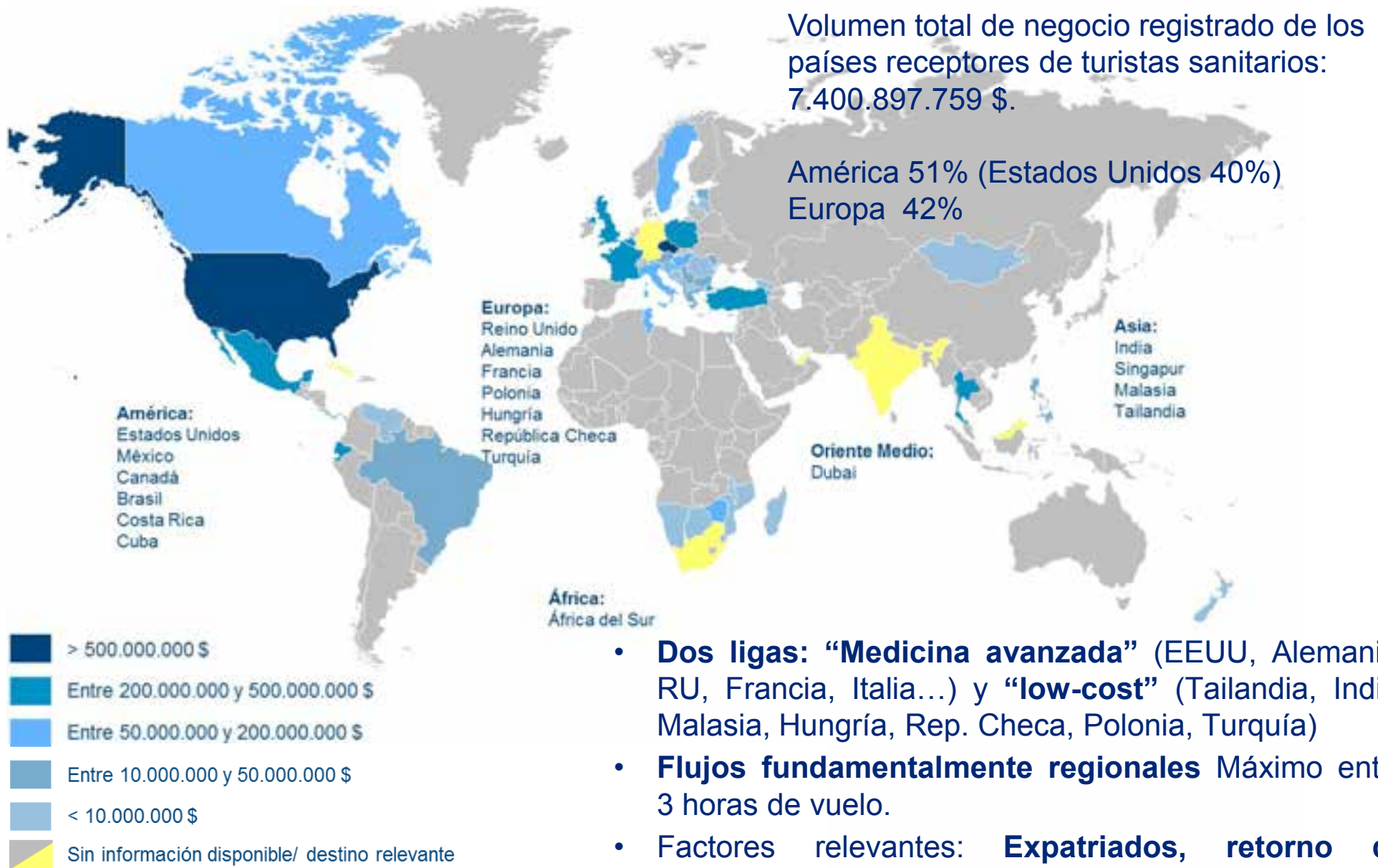


Manual de Estadísticas del Comercio Internacional de Servicios, dentro de la cuenta “Viajes personales”, se registran como una subcuenta los “**Gastos relacionados con la salud**” que incluye los gastos de los **servicios médicos**, demás **atención sanitaria**, la **comida**, el **alojamiento** y el **transporte local** que **adquieren las personas que viajan con fines médicos**”

Análisis de la situación de partida

Mercado Global del Turismo Sanitario

Países receptores de turistas sanitarios



- **Dos ligas:** “**Medicina avanzada**” (EEUU, Alemania, RU, Francia, Italia...) y “**low-cost**” (Tailandia, India, Malasia, Hungría, Rep. Checa, Polonia, Turquía)
- **Flujos fundamentalmente regionales** Máximo entre 3 horas de vuelo.
- Factores relevantes: **Expatriados, retorno de inmigrantes, afinidad cultural/ idiomática/ antiguas colonias.**

Mercado Global del Turismo Sanitario

Casos de éxito países receptores de turistas sanitarios



- La **selección del turismo sanitario por el gobierno** como una de las líneas de desarrollo estratégico de Tailandia fue clave para el posterior desarrollo del mercado internacional.

- Estados Unidos se constituye como un mercado muy enfocado a la **oferta de servicios y tratamientos sanitarios de muy alta calidad.**



Mercado Global del Turismo Sanitario

Casos de éxito países receptores de turistas sanitarios

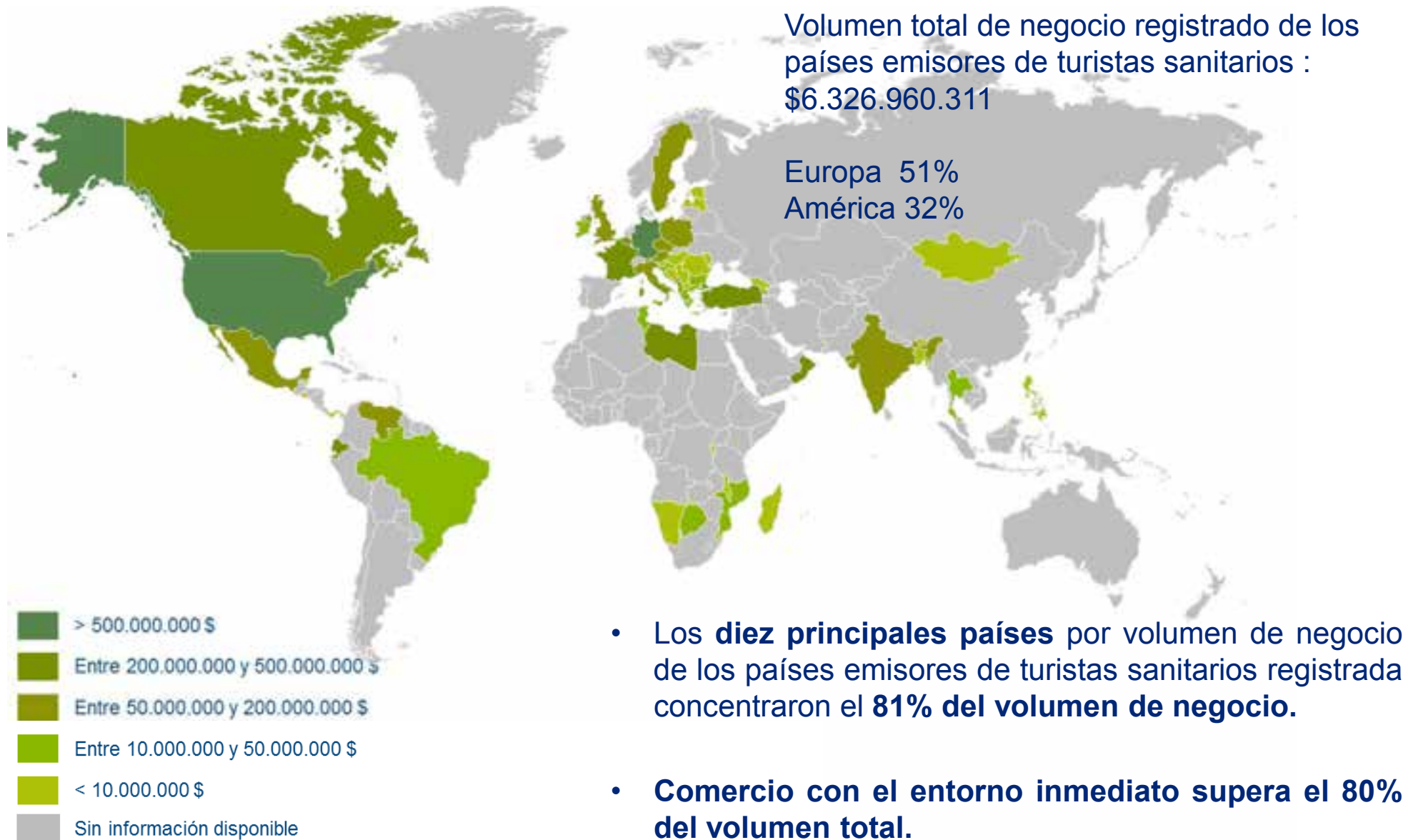


- El posicionamiento **estratégico entre Europa y el mundo árabe**, la apuesta del Ministerio de Salud por el turismo sanitario a través del “**Programa de Transformación de Salud**”, así como la mejora de las **infraestructuras** de transporte, y la **calidad de la asistencia** sanitaria, incentivó a que Turquía sea unos de los países top en la recepción de turistas sanitarios.



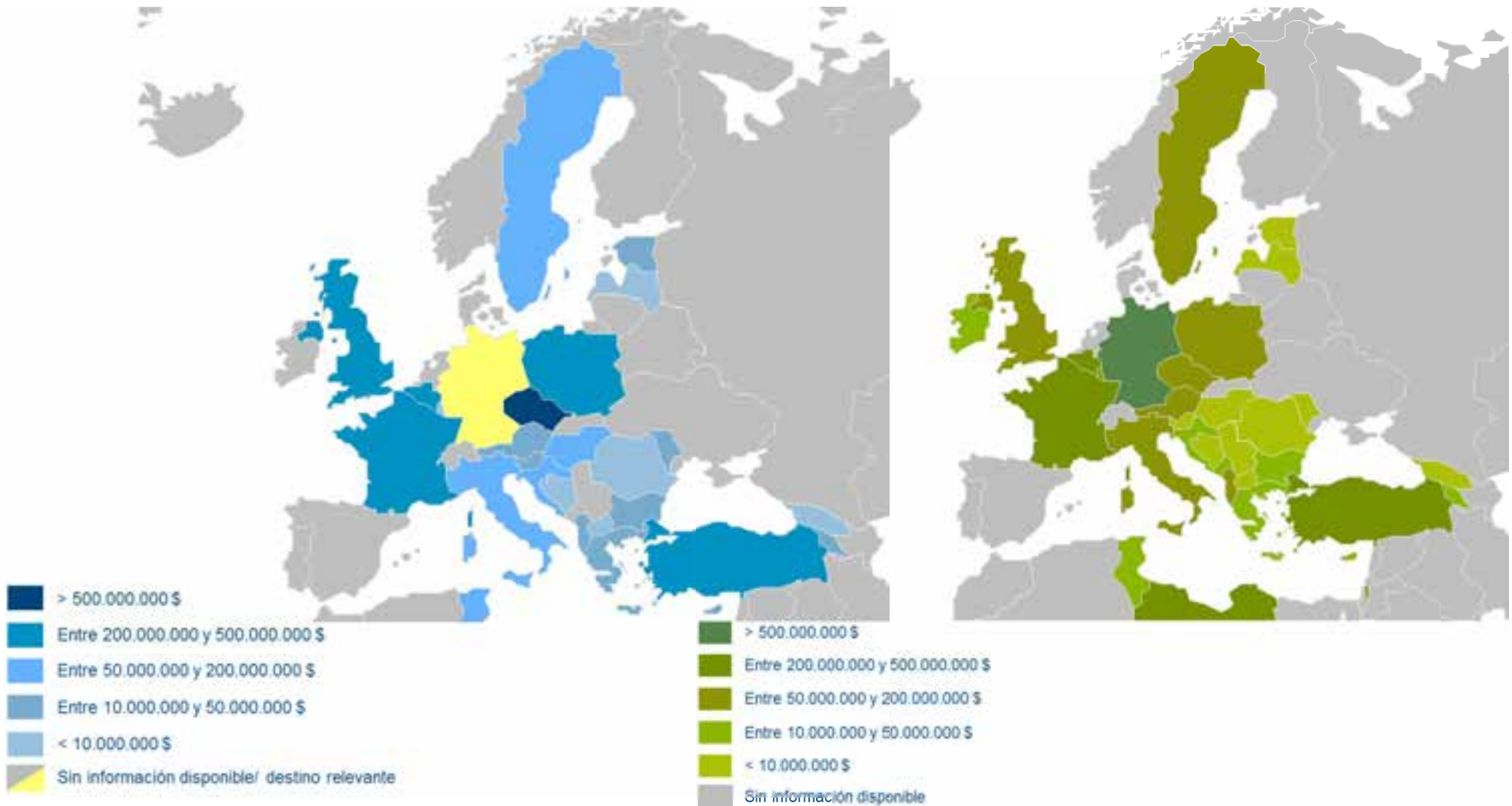
Mercado Global del Turismo Sanitario

Países emisores de turistas sanitarios



Mercado Global del Turismo Sanitario

Caracterización del mercado del turismo sanitario: Europa



Receptores de turistas

- **\$ 3.155.441.484 en 2010**

Emisores de turistas

\$ 3.235 millones de dólares en 2010.

Coincidente con “Health at a Glance Europe 2012”.

Mercado Global del Turismo Sanitario

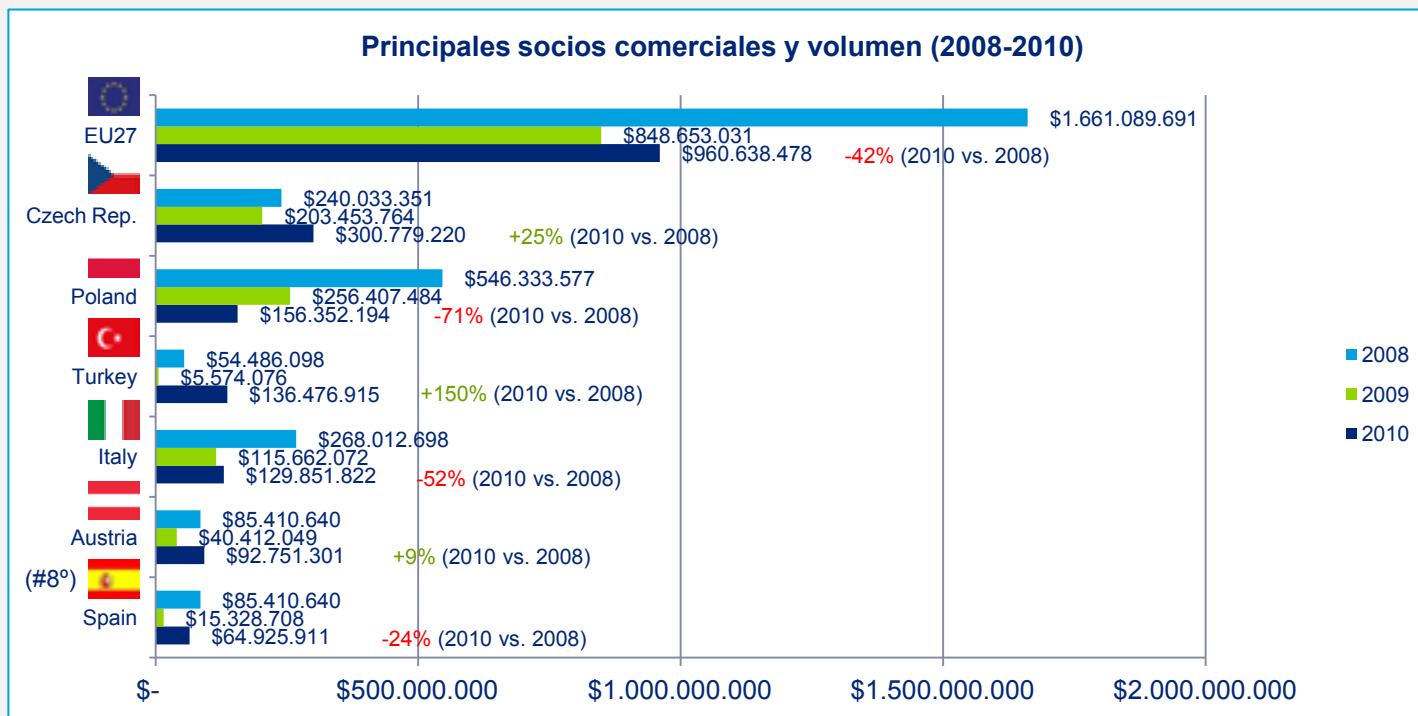
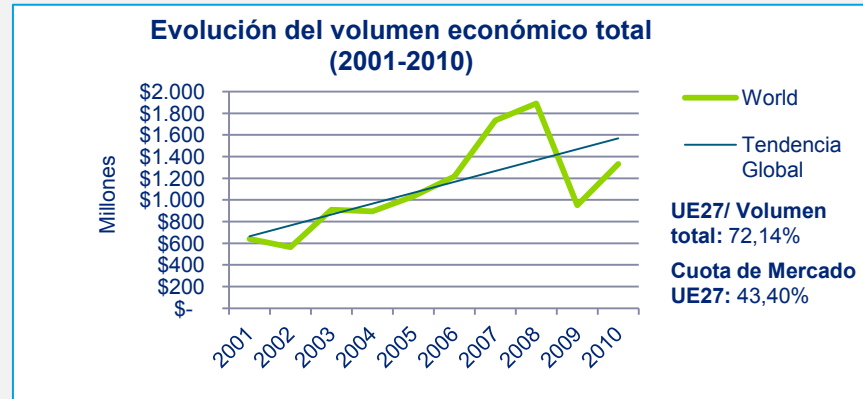
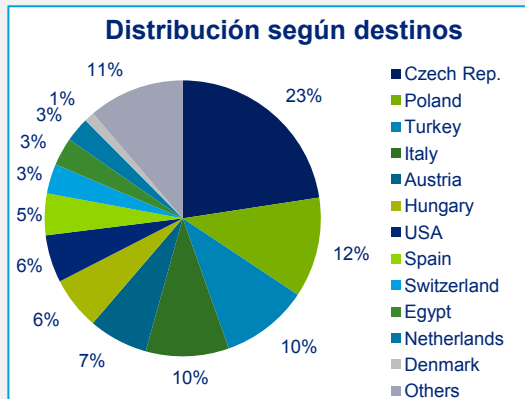
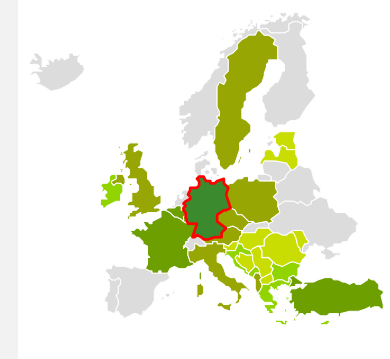
Ejemplo de análisis por países

Alemania



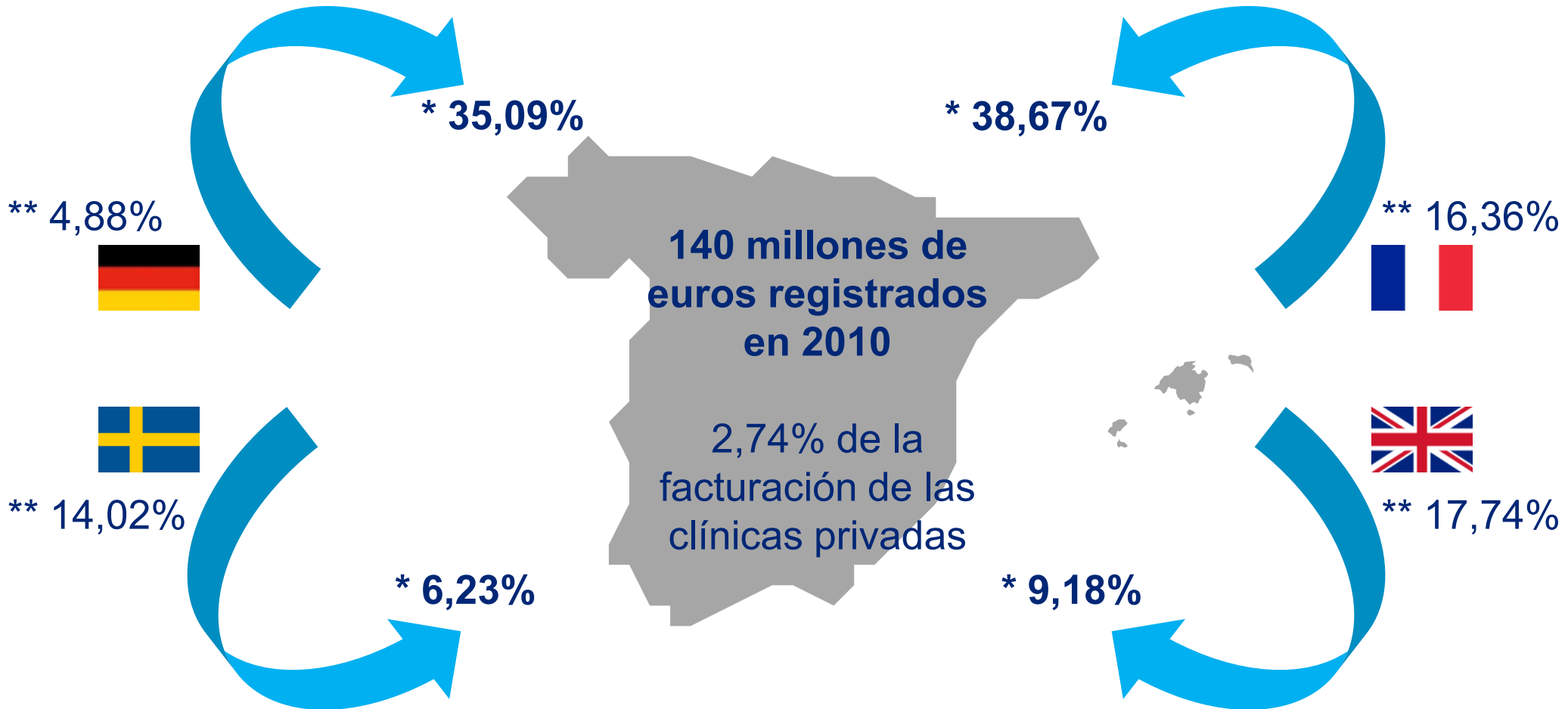
Emisión de turistas sanitarios (Importaciones)

Posición ranking mundial: [1°]
Posición ranking Europa: [1°]



Mercado Español del Turismo Sanitario

Situación actual del mercado del turismo sanitario en España



- **Crecimiento esperado 2015: 277 Mill. €** (3,5% fact. clin. priv.)
- **Meta 2015: 500 Mill. €** (5% fact. clin. priv.)

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

Metodologías para la captación de turistas

Mercado Global del Turismo Sanitario

Factores de decisión

Los factores de decisión van más allá de los criterios económicos, existiendo toda una serie de factores que influyen en mayor o menor medida en la toma de decisiones.



Mercado Global del Turismo Sanitario

Cadena de Valor del Turismo Sanitario

- La cadena de valor del turismo sanitario es **compleja**.
- El **entendimiento de los elementos** que componen la misma **ayudan a la consecución del éxito** en la captación de turistas.



Mercado Global del Turismo Sanitario

Casos de éxito plataformas de captación de turistas

Hospitales



- Buena **cantidad y estructuración de la información**, si bien sería interesante que dicha información fuese traducida a otros idiomas extranjeros más allá del ruso y del inglés.
- Igualmente, los **servicios puestos a disposición de los usuarios son completos y útiles**: asistente personal, gestión de visado, recogida en aeropuerto, etc.

- La llamada **“guía del paciente”** se convierte en un elemento esencial para todo turista sanitario que permite superar aquellas barreras intrínsecas a todo desplazamiento internacional.
- Igualmente tiene gran interés para los pacientes que se les **proporcione toda la información clínica generada en el tratamiento así como recomendaciones y plan de recuperación post-operatoria**.



Mercado Global del Turismo Sanitario

Casos de éxito plataformas de captación de turistas

Facilitadores



- La información que pone a disposición del usuario y su volumen de clínicas y tratamientos disponibles convierte a la plataforma en una de las principales de Europa, si bien, está muy dirigida hacia los turistas sanitarios británicos, lo que puede producir que se pierdan oportunidades de atraer turistas de otros países.
- La atracción de turistas sanitarios se basa principalmente en el factor precio, aunque también tiene en cuenta otros factores como la calidad de tratamiento.

- Ofrece información de forma simple y concisa sobre cada uno de los tratamientos que se pueden contratar a través de esta plataforma, lo cual es de gran interés para los potenciales pacientes.
- También puede considerarse positivo que la plataforma ofrezca toda la información sobre los tratamientos o los centros médicos sin necesidad de redirigir a otras páginas webs, manteniendo un formato uniforme.
- Sin embargo, si bien se indica que los costes son menores que en los países de origen de los turistas sanitarios, podría ser más beneficioso el establecer un rango de precios orientativos.



Mercados objetivos para España

Mercado Español del Turismo Sanitario

Priorización de mercados para España

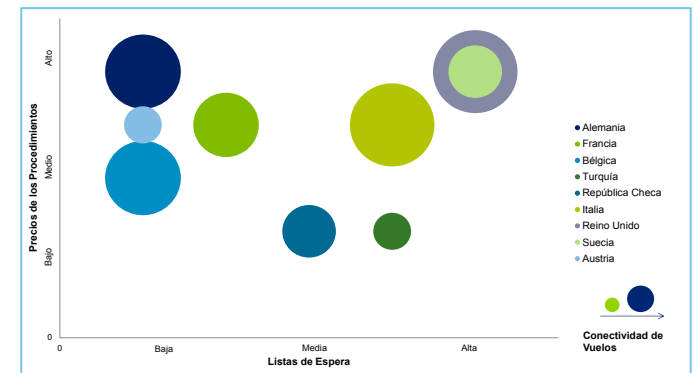
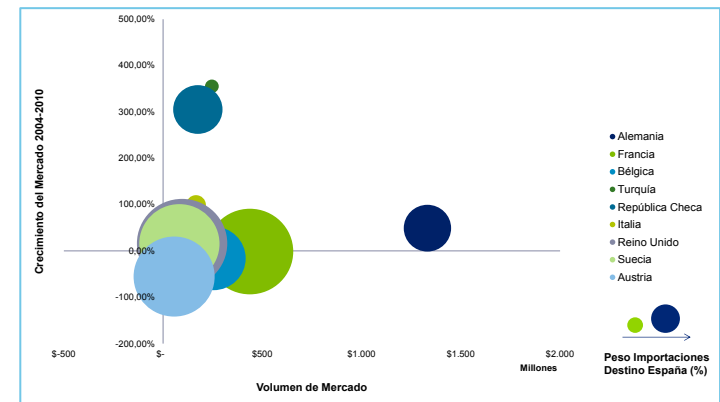
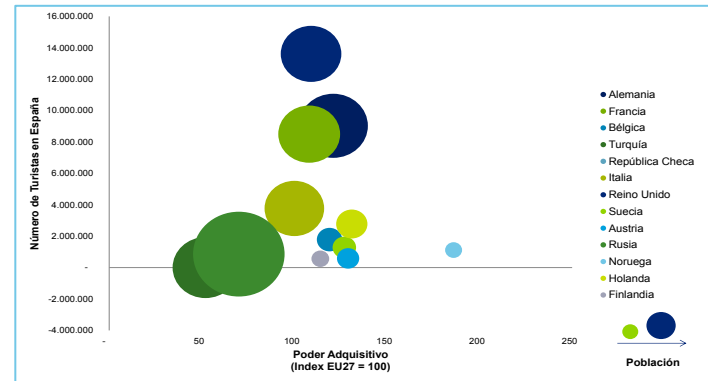
- Criterios de priorización

Análisis del Mercado del Turismo Sanitario

Análisis del Mercado del Turismo General

Análisis del Contexto Sanitario Nacional

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



Mercado Español del Turismo Sanitario

Priorización de mercados para España

• Priorización de mercados

Mercados prioritarios para el destino España

- Alemania
- Reino Unido
- Francia

Mercados de interés para el destino España

- Bélgica (BENELUX)
- Suecia (Nórdicos)

Otros mercados a potenciar

- Federación Rusa
- Magreb
- Oriente Medio
- Latinoamérica

• Caracterización de los mercados priorizados:

- ✓ Volumen de negocio.
- ✓ Listas de espera, precios, Posicionamiento; Conectividad; Turistas con destino España; Poder Adquisitivo; y Población.
- ✓ Análisis del sistema sanitario nacional.
- ✓ Análisis de la relación turística con España: nº de turistas, paquetes contratados, gasto medio,...
- ✓ Oportunidades de posicionamiento.
- ✓ Recopilación de precios.

Reino Unido

Bloque I: Mercado prioritario

Volumen de Negocio: \$95.765.719
Crecimiento (2004-2010): 16,09%
Volumen con destino España: 17,74%

Análisis del Sistema Sanitario Nacional

- El Servicio Nacional de Salud Británico (National Health Service-NHS) es el organismo encargado de brindar asistencia médica pública a todos los residentes de manera gratuita a través de un sistema descentralizado, por lo que Inglaterra, Irlanda, Escocia y Gales cuentan con su propio sistema.
- En el NHS, si bien el pagador es público, existe la posibilidad de provisión de servicios a través de organismos privados.
- Las características del NHS son: cobertura universal gratuita para todos, disponibilidad de todos los tratamientos médicos efectivos, financiación por medio de impuestos y atención primaria garantizada para cualquier edad.

Reino Unido

Bloque I: Mercado prioritario

Recopilación de Precios

A continuación se muestran algunos ejemplos de los precios de 45 diversos tratamientos en Reino Unido:

Tratamiento	Precio	Tratamiento	Precio
Aumento de pecho	5.847 €	Implantes dentales sin coronas	3.144 €
Reducción de pecho	6.823 €	Protesis dentales totales	3.842 €
Pericoma Menor (Treatment minor)	1.300 €	Protesis dentales parciales	454 €
Levantamiento de glúteos	1.361 €	Rayos X dentales	14 €
Implantes de Senos	4.402 €	Diagnósticos por imagen	40 €
Implantes de pene	4.402 €	Tratamiento de conductos biliares	206 €
Dilatación	1.402 €	Reemplazo de dientes	750 €
Cirugía de párpado superior	1.603 €	Extracción de dientes	105 €
Cirugía de párpado inferior	1.402 €	Exámenes locales y otras consultas	68 €
Cirugía de párpado superior e inferior	4.323 €		
Extracción total	1.022 €		
Levantamiento de seno / estiramiento de la frente	1.576 €	Angioplastia coronaria	11.424 €
Uteroplastia	4.022 €	Cirugía de derivación coronaria	18.830 €
Implantes de pechos	6.033 €	Reparación del ligamento cruzado	6.320 €
Cirugía de abdomen	6.950 €	Extracción de la vesícula biliar	6.220 €
Cataratas	1.329 €	Eliminación de la membrana del ojo	2.822 €
Cirugía total con laser	1.346 €	Cirugía de hernia	2.604 €
Coronaria de oro	620 €	Reemplazo total o parcial de la cadera	30.724 €
Coronaria Placa	765 €	Reemplazo total de rodilla	12.764 €
Coronaria Prosear	874 €		
Implantes dentales Branemark sin coronas	2.088 €	Extracción de polipos	1.623 €
Implantes dentales Streamline sin coronas	2.088 €	Tratamiento para verlos varicosos	1.451 €
Implantes dentales Zimmer sin coronas	2.088 €		

Fuentes: NHS dental services (http://www.nhs.uk/NHSinEnglandAboutNHS/pages/dentalservices/Pages/nhs-dental-charges.aspx) and (social-care); The Official Site of the British Prime Minister Office (http://www.number10.gov.uk/news/pm-article-on-the-health); NHS Constitution 2012; Comparative Analysis of Medically Assisted Reproduction in the EU: Regulation and Technologies; ESHRE; 2008; Human Fertilisation and Embryology Authority (HFEA); (http://www.hfea.gov.uk/index.html); Cumplimiento de los tiempos de espera: (http://reportscotland.nhs.uk/about-us/2013/02/26/http://www.dh.gov.uk/en/Publicationsandstatistics/Data/PerformanceandStatistics/ReportsAndStatistics/HealthandSocialCare/WaitingTimes/11680173); Private Health Insurance in the European Union (LSE Health and Social Care London School of Economics and Political Science); International Federation of Health Plans; 2012 Comparative Price Report; OECD Statistics (http://www.oecd.org/health/); Euro Health Consumer Index 2012 Report; Health Consumer PowerWatch; 2012; Precios obtenidos a través de: Treatment Abroad (consultados en abril de 2013) (http://www.treatmentabroad.com/cost/dentistry-abroad-cost)

El NHS no establece ningún tipo de cuota o de pago por la atención médica a la población. Los pacientes sólo deben abonar una cantidad en el caso de que, durante la hospitalización del enfermo, demanden servicios especiales o tratamientos especiales que, clínicamente, no se entiendan necesarios.

La hospitalización, el servicio de ambulancias y los consultes médicos son gratis.

No todos los servicios que proporciona el NHS son gratuitos. Los pacientes pagan los costes (subvencionados) de los medicamentos, revisiones de la vista, gafas y tratamientos hospitalarios no han determinados. Muchos británicos se cuidan seguros médicos privados y cada vez hay más empresas que dan cobertura privada a sus empleados. En la actualidad, aproximadamente un 10% de los ingleses cuentan con un seguro privado, con diferentes coberturas.

El turismo británico fue el que más creció en valores absolutos, emitiendo 1,2 millones de turistas más que en 2010, ascendiendo a 13,1 millones de visitas.

Su gasto turístico también creció aunque a menor escala, situándose en un gasto medio por persona de 703€, y 80€ de gasto medio diario.

Reino Unido se encuentra a la cabeza de los países donde se contrata paquete turístico para viajar a España y es un mercado que ha aumentado mucho durante el trascurso del año 2011.

Oportunidades de Posicionamiento

Calidad, Listas de espera, Medicos especializados, Disponibilidad de tratamiento, Precio del tratamiento, Trámites burocráticos

Normative, Factores culturales/económicos, Privacidad, Clima, Oferta turística asociada

Fuente: United Nations Service Trade Statistics Database; Frontia-Egural 2012 y otras fuentes.

En relación al porcentaje de pacientes que esperan más de 4 semanas para recibir cita con un especialista, estos fueron el 95%, mientras que aquellos que esperaron 4 meses o más para someterse a una operación de cirugía electiva fueron el 21% del total.

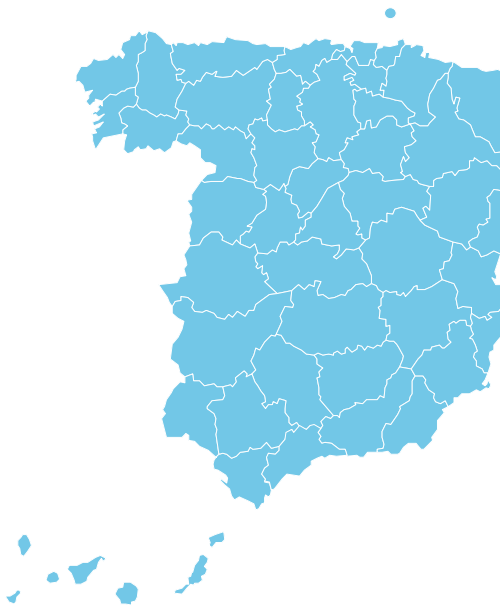
Por último, según el informe publicado por el "EuroHealth Consumer Index", Reino Unido puede posicionarse en un nivel alto de espera medio-alto, considerándose a través del estudio los siguientes factores:

- Acceso al médico de cabecera en el mismo día; realización de una cirugía completa en un plazo menor a 90 días; y recepción de un tratamiento de cáncer en menos de 21 días; lista de espera media.
- Acceso a un especialista; y recepción de una Resonancia Magnética en menos de 7 días; lista de espera alta.

Propuesta de posicionamiento

Propuesta de Posicionamiento para España

Elevada calidad, precios competitivos y proximidad geográfica



Elevada calidad y medicina avanzada

- Posicionamiento de España como un destino de elevada calidad, enfocado principalmente a tratamientos y cirugías de complejidad media y alta.

Precios competitivos

- Oferta competitiva en precio con respecto a otros destinos con estándares de calidad similares: Reino Unido, Francia y Alemania, fundamentalmente.

Proximidad geográfica

- Centrado principalmente en aquellos destinos europeos con rutas aéreas comerciales con España, operadas preferentemente por compañías low-cost.

Clima

- El clima mediterráneo será un pilar fundamental en la promoción del destino, poniendo de manifiesto sus ventajas en la fase de post-operatorio y rehabilitación.

Complementado con la oferta turística

- Los tratamientos de salud serán complementados con la variada oferta turística española: cultural, artística, arquitectónica, gastronómica, etc.

Estrategia de posicionamiento y captación de turistas sanitarios: *Objetivos estratégicos, proyectos y actuaciones*

- Dos objetivos estratégicos**

Posicionar a España como uno de los principales referentes europeos en turismo sanitario, realizando para ello las acciones promocionales oportunas, tanto a nivel interno como en los mercados emisores

Maximizar la captación de turistas sanitarios hacia España a través de proyectos y herramientas diseñados a tal fin

I. Diseño y posicionamiento de la marca global del destino España en turismo sanitario	
1. Comunicación y promoción del destino	
1.1. Marca	
	Descripción
El diseño de una marca comprende una marca. Es determinante que consecuentemente la idea que se De este modo, todo el posterior de la búsqueda de objetivos concierne	
	1. Creación del Clúster del Turismo Sanitario
2. Desarrollo del plan operativo	
	2.1. Coordinación
	Descripción
<ul style="list-style-type: none"> Definición del concepto que valores y atributos de la misma agentes del sector y la realiza Diseño gráfico de la marca. Comunicación pública de la m Posicionamiento de la marca publicaciones, folletos, etc. de Posicionamiento online de la r Evaluación y control de la n mercado y del grado de acept 	
	Fases
<ul style="list-style-type: none"> Realización de un estudio de profundidad en torno a la actividad del clúster. Dicho análisis deberá comprender: los factores de clases de éxito, posición competitiva actual, oportunidades de negocio, etc. Definición del cometido del clúster, encomiendas y tipología de actuaciones. Establecimiento y aprobación de los estatutos reguladores del clúster. Identificación de los agentes participantes en el clúster y firma de acuerdos de adhesión. Implantación del clúster y desarrollo ordinario de sus actividades. Promoción del clúster y fomento de la adhesión de nuevos socios. 	
<p>La presente actuación consiste en la identificación de una serie de mercados que sean considerados como estratégicos para la emisión de turistas sanitarios a España en base a unos criterios específicos como pueden ser: la emisión de turistas generales a España, su poder adquisitivo, la población, el análisis de los precios de los tratamientos en su país de origen, las listas de espera registradas en origen, la conectividad con respecto a España, así como cualquier otro factor que se considere relevante.</p>	
	Fases
<ul style="list-style-type: none"> Recopilación y análisis de fuentes estadísticas relativas: la emisión de turistas a España, su poder adquisitivo, la población, el análisis de los precios de los tratamientos en su país de origen, las listas de espera, la conectividad con respecto a España, así como cualquier otro factor que se considere oportuno. Elaboración de las matrices de posicionamiento por mercados. Elaboración de cuadros de síntesis con los principales resultados de cada mercado objeto de estudio en los ejercicios anteriores. Proceso de debate y emisión de recomendaciones o propuestas para la orientación de la actividad promocional del destino para cada uno de los mercados considerados como prioritarios para el turismo sanitario. Actualización anual de los datos, estadísticas y posicionamiento. 	

- 40 proyectos y actuaciones identificados en 4 ámbitos**

1. Comunicación y de la promoción del destino

2. Desarrollo operativo

3. Formación y asesoramiento

4. Gobernanza y apoyo al sector turístico sanitario

Centros promotores:

- Xanit Internacional
- Instituto de Oftalmología Avanzada
- Hospital Polusa
- Chip
- Clínica Vallés
- Co.Sa.Ga.
- Clínica Universitaria de Navarra
- Policlínica Nuestra Señora del Rosario
- Hospital El Ángel
- Instituto Balear de Oftalmología (Ibo)
- Hospital de Levante
- Hospital Medimar
- Clínica Novo Sancti Petri
- Clínica Esperanza de Triana
- Hospital Virgen del Alcázar
- Clínica Mediterranea De Neurociencias (Cmn)
- Hospital Victoria Eugenia
- Hospital Parque San Antonio
- Centro Medico Virgen de la Caridad
- Clínica Fátima
- Clínica del Pilar
- Clínica Juaneda Menorca
- Hospital Virgen De La Paloma
- Hospital San Rafael
- Clínica Rotger
- H. de la Reina
- Clínica Vistahermosa
- Policlínico San Carlos
- Clínica Mediterráneo
- Clínica Jerez
- Clínica Inmaculada Concepción
- Clínica Ntra. Sra. del Perpetuo Socorro
- Hospital Moncloa
- Hospital Virgen de la Vega
- Clínica Santa Isabel
- Clínica Montpellier
- Clínica Fuensanta
- Clínica Indautxu
- Clínica el Pilar
- Hospital Policlínico La Paloma

The logo for Deloitte, featuring the word "Deloitte" in a bold, blue, sans-serif font. The letter "e" at the end is stylized with a green dot.

¡Gracias!

Deloitte.

Marcos Guerra

Life Sciences & Healthcare

932804040

mguerrafernandez@deloitte.es

José Ramón Meco

Life Sciences & Healthcare

91 157 85 79

jmeco@deloitte.es



Si desea información adicional, por favor, visite www.deloitte.es

Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, (*private company limited by guarantee*, de acuerdo con la legislación del Reino Unido) y a su red de firmas miembro, cada una de las cuales es una entidad independiente. En www.deloitte.com/about se ofrece una descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro.

Deloitte presta servicios de auditoría, asesoramiento fiscal y legal, consultoría y asesoramiento en transacciones corporativas a entidades que operan en un elevado número de sectores de actividad. La firma aporta su experiencia y alto nivel profesional ayudando a sus clientes a alcanzar sus objetivos empresariales en cualquier lugar del mundo. Para ello cuenta con el apoyo de una red global de firmas miembro presentes en más de 140 países y con aproximadamente 170.000 profesionales que han asumido el compromiso de ser modelo de excelencia.

Este informe ha sido preparado para la Federación Nacional de Clínicas Privadas de acuerdo con los términos y condiciones establecidos en la carta propuesta de 28 de enero de 2013. Deloitte Advisory no acepta responsabilidad, deber ni obligación hacia ninguna otra persona física o jurídica que pueda tener acceso al mismo.

Nuestro trabajo ha consistido exclusivamente en la realización de los procedimientos que se indican en nuestra Carta Propuesta de 28 de enero de 2012. La información contenida en el informe no pretende en modo alguno constituir ninguna base sobre la que un tercero pueda tomar decisiones, ni supone ningún consejo o recomendación positiva o negativa por nuestra parte.