

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIA POLÍTICA**

**EL ROL DEL GOBIERNO Y LOS EFECTOS DEL CONTEXTO INTERNACIONAL,  
SOBRE EL CLUSTER DE TURISMO DE SALUD EN GUATEMALA  
DURANTE 2006-2009**



**LUIS DAVID WINTER LUTHER**

**GUATEMALA, OCTUBRE DE 2009**

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIA POLÍTICA**

**EL ROL DEL GOBIERNO Y LOS EFECTOS DEL CONTEXTO INTERNACIONAL,  
SOBRE EL CLUSTER DE TURISMO DE SALUD EN GUATEMALA  
DURANTE 2006-2009**

**TESIS**  
PRESENTADA AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA ESCUELA DE CIENCIA  
POLÍTICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

**POR**

**LUIS DAVID WINTER LUTHER**

AL CONFERIRSELE EL GRADO ACADÉMICO DE:

**LICENCIADO EN RELACIONES INTERNACIONALES**

Y EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

**INTERNACIONALISTA**

**GUATEMALA, OCTUBRE DE 2009**



**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

**RECTOR**

Lic. Carlos Estuardo Gálvez Barrios

**SECRETARIO GENERAL**

Dr. Carlos Guillermo Alvarado Cerezo

**CONSEJO DIRECTIVO DE LA ESCUELA DE CIENCIA POLÍTICA**

DIRECTORA: Licda. Geidy Magali De Matta Medrano

VOCAL I: Licda. Claudia Verónica Agreda Ajquí

VOCAL II: Lic. Pablo Daniel Rangel Romero

VOCAL III: Licda. Margarita Castillo Chacón

VOCAL IV: Br. Víctor Manuel González Robles

VOCAL V: Prof. Williams Alejandro Álvarez De León

SECRETARIO: Lic. Marvin Norberto Morán Corzo

**TRIBUNAL QUE PRACTICÓ EL EXAMEN GENERAL DE GRADO**

EXAMINADOR: Lic. Edgar Roberto Jiménez Ayala

EXAMINADOR: Lic. Francisco José Lemus Miranda

EXAMINADOR: Lic. Carlos Enrique López Chávez

EXAMINADORA: Licda. Carmen Olivia Álvarez Bobadilla

EXAMINADORA: Licda. María Elena Izquierdo Merlo

**TRIBUNAL QUE PRACTICÓ EL EXAMEN PÚBLICO DE TESIS**

DIRECTORA: Licda. Geidy Magali De Matta Medrano

SECRETARIO: Lic. Marvin Norberto Morán Corzo

EXAMINADORA: Licda. Marconi del Carmen Méndez Muñoz

EXAMINADOR: Lic. Jorge Arriaga Rodríguez

COORDINADOR: Lic. Francisco José Lemus Miranda

Nota: "Únicamente el autor es responsable de las doctrinas sustentadas en la tesis" (Artículo 74 del reglamento de evaluación y promoción de estudiantes de la Escuela de Ciencia Política)

**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Escuela de Ciencia Política**

ESCUELA DE CIENCIA POLITICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA:

Guatemala, diecinueve de marzo del dos mil nueve-----

**ASUNTO:** El estudiante: **LUIS DAVID WINTER LUTHER**, Carnet 200119607, inicia trámite para la realización de su examen de tesis

1. Se admite para su trámite el memorial correspondiente y se dan por acompañados los documentos mencionados. 2. Se traslada al (a) Coordinador (a) de la Carrera correspondiente **Lic. Francisco Lemus**, para que acepte el tema de Tesis planteado. 3. El resto de lo solicitado téngase presente para su oportunidad.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

  
**Licda. Geidy Magali De Maza Mediano**  
**DIRECTORA**

Se envía el expediente completo.

**myda**

1/



Guatemala, 25 de marzo del 2009

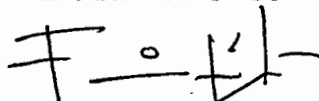
Licenciada  
Geidy Magali De Mata, **Directora**  
**Escuela de Ciencia Política**

Estimada Licenciada De Mata:

Por medio de la presente me permito informarle que, verificados los registros de Tesis de la Escuela, el tema: **“EL ROL DEL GOBIERNO Y LOS EFECTOS DEL CONTEXTO INTERNACIONAL, SOBRE EL CLUSTER DE TURISMO DE SALUD EN GUATEMALA DURANTE 2006-2009”**. Propuesto por el (la) estudiante **LUIS DAVID WINTER LUTHER, Carné No. 200119607** puede autorizarse dado que el mismo no tiene antecedentes previos en nuestra Unidad Académica.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Lic. **Francisco José Lemus**  
**Coordinador Area Relaciones Internacionales**

Se regresa expediente completo.

c.c.: Archivo

myda.

2



**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Escuela de Ciencia Política**

ESCUELA DE CIENCIA POLITICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA:  
Guatemala, catorce de abril del año dos mil nueve-----

**ASUNTO:** El (a) estudiante: **LUIS DAVID WINTER LUTHER**

**Carnet No. 200119607** , continúa trámite para la realización  
del Examen de Tesis.

1. Habiéndose aceptado el Tema de Tesis propuesto, por parte de la  
Coordinador (a) de la Carrera, **Lic. Francisco Lemus Miranda**, pase al  
Coordinador de Metodología, **Lic. Jorge Arriaga**. para que se sirva emitir  
dictamen correspondiente sobre el Diseño de Tesis.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

  
**Licda. Geidy Magali De Mata Medrano**  
**DIRECTORA**

Se envía el expediente  
c.c. Archivos  
myda.  
3/



Guatemala, 16 de abril del 2009

Licenciada  
Geidy Magali De Mata Medrano  
**Directora, Escuela de Ciencia Política**  
**Universidad de San Carlos de Guatemala**

Estimada Licenciada De Mata:

Por medio de la presente me dirijo a usted con el objeto de informarle que, tuve a la vista el trabajo de Tesis del o (la) estudiante **LUIS DAVID WINTER LUTHER, carné No. 200119607** titulado **"EL ROL DEL GOBIERNO Y LOS EFECTOS DEL CONTEXTO INTERNACIONAL, SOBRE EL LUSTER DE TRUISMO DE SALUD EN GUATEMALA DURANTE 2006-2009"** El (la) estudiante en referencia hizo las modificaciones y por lo tanto, mi dictamen es favorable para que se apruebe dicho diseño y se proceda a realizar la investigación.

Atentamente,

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**



Lic. Jorge Arriaga  
**Coordinador Area de Metodología**



**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Escuela de Ciencia Política**

**ESCUELA DE CIENCIA POLITICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA:**  
Guatemala ocho mayo del dos mil nueve -----

**ASUNTO:** El estudiante **LUIS DAVID WINTER LUTHER**, carnet No. 200119607, Continúa trámite para la realización de su Examen de tesis.

1. Habiéndose emitido el dictamen correspondiente por parte del Coordinador de Metodología, pase al (a) Asesor (a) de Tesis, Lic. Dennys Mira Sandoval para que brinde la asesoría correspondiente y emita su informe.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

  
Licda. Geidy Magali De Mata Medrano

DIRECTORA

Se regresa expediente completo  
c.c. archivos  
myda/  
5.



Guatemala septiembre 23 del 2009

Licda. Geidy de Matta  
Directora  
Escuela de Ciencia Política  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimada Licda. De Matta:

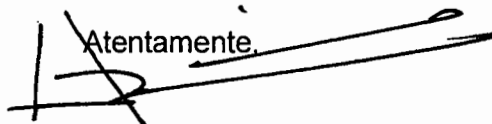
En atención a la asignación como Asesor de Tesis del estudiante Luis David Winter Luther, en el tema de investigación denominado: 'EL ROL DEL GOBIERNO Y LOS EFECTOS DEL CONTEXTO INTERNACIONAL SOBRE EL CLUSTER DE TURISMO DE SALUD EN GUATEMALA DURANTE 2006 – 2009', tengo el honor de dirigirme a usted para manifestarle que desde el momento que se oficializo dicha designación, he tenido a bien orientar y revisar el trabajo de investigación elaborado por el estudiante David.

En tal virtud, considero que el trabajo se realizo con alto nivel de profesionalismo, científico y académico, por lo que se convierte en un estudio de apoyo directo a los interesados en conocer la realidad de esta temática. Por otra parte, se considera un documento valioso producido por la Universidad de San Carlos de Guatemala y en especial de la Escuela de Ciencia Política que se preocupa por el desarrollo del país.

Por lo tanto, la Tesis reúne los requisitos exigidos por la Escuela, y en consecuencia el dictamen es FAVORABLE para que dicha Tesis continúe con los trámites correspondientes.

Sin otro particular, aprovecho la oportunidad para reiterarle a la Señora Directora, la seguridad de mi mas alta y distinguida consideración.

Atentamente,



Lic. H. Dennys Mira Sandoval  
Asesor

**ESCUELA DE CIENCIA POLITICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA:** Guatemala, veintitres de septiembre del dos mil nueve-----

**ASUNTO:** El estudiante: **LUIS DAVID WINTER LUTHER** Carnet **No. 200119607**, continúa trámite para la realización de su Examen de Tesis.

Habiéndose emitido el dictamen correspondiente por parte de la Lic. Henry Dennys Mira Sandoval en su calidad de Asesor de Tesis, pase al (a) Lic. Francisco Lemus Miranda, para que proceda en su calidad de Coordinador (a) de la Carrera de Relaciones Internacionales a conformar el Tribunal que escuchará y evaluará la defensa de tesis, según el artículo 70 del Normativo de Evaluación y Promoción de estudiantes de la Escuela de Ciencia Política.

Atentamente,

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**

  
Licda. **Geidy Magali De Mata Medrano**  
**DIRECTORA**

Se en expediente  
c.c. Archivos  
myda  
6/





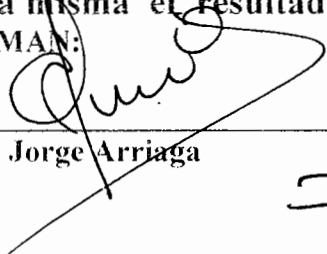
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIA POLITICA  
COORDINACION AREA RELACIONES INTERNACIONALES.


ACTA DE EVALUACION DE TESIS  
(Licenciatura en Relaciones Internacionales)

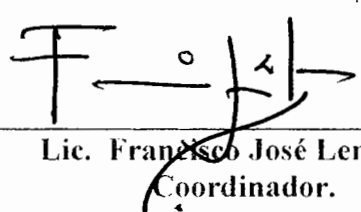
Acta No. \_\_\_\_\_

En la ciudad de Guatemala, el día veinticuatro de septiembre del dos mil nueve, se realizó la evaluación de Tesis presentada por: LUIS DAVID WINTER LUTHER, Carné No. 200119607, titulada: "EL ROL DEL GOBIERNO Y LOS EFECTOS DEL CONTEXTO INTERNACIONAL, SOBRE EL CLUSTER DE TURISMO DE SALUD EN GUATEMALA DURANTE 2006-2009" para la Licenciatura en Relaciones Internacionales ante el Tribunal Examinador: 1) Licda. Marconi Méndez. 2) Lic. Jorge Arriaga. 3) Lic. Francisco Lemus Miranda, Coordinador del Área de Relaciones Internacionales. Los Infrascritos miembros del Tribunal Examinador desarrollaron dicha evaluación, y en consecuencia de la misma el resultado fue APROBADA.

FIRMAN:

  
\_\_\_\_\_  
Lic. Jorge Arriaga

  
\_\_\_\_\_  
Licda. Marconi Méndez

  
\_\_\_\_\_  
Lic. Francisco José Lemus  
Coordinador.

myda/



ESCUELA DE CIENCIA POLITICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA:  
Guatemala dos de octubre del dos mil nueve-----

Con vista en los dictámenes que anteceden, autorizo la impresión del trabajo de Tesis del (la) estudiante: **LUIS DAVID WINTER LUTHER, Carnet No. 200119607** titulado: **"EL ROL DEL GOBIERNO Y LOS EFECTOS DEL CONTEXTO INTERNACIONAL, SOBRE EL CLUSTER DE TURISMO DE SALUD EN GUATEMALA DURANTE 2006-2009"**.

Atentamente,

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**

  
Licda. Geidy Magali De Mata Medrano  
DIRECTORA.

Se envía el expediente  
c.c. Archivos  
myda.  
7/



## **ACTO QUE DEDICO**

***A Dios, mi guía permanente***

***A mamá y papá, mi inspiración y fortaleza***

***A mis hermanas y hermanos, mi alegría***

***A mi familia, mi cariño***

***A mis amigas y amigos, por tantas vivencias y recuerdos***

***A catedráticas y catedráticos por compartir su conocimiento***

***A la Escuela de Ciencia Política***

***A la Universidad de San Carlos de Guatemala***

## INDICE GENERAL

	Págs.
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPITULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>1. ASPECTOS TEÓRICOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPITULO II.....</b>	<b>5</b>
<b>2. TURISMO.....</b>	<b>5</b>
2.1 Naturaleza de Turismo de Salud.....	6
2.1.1 Turismo cultural.....	6
2.1.2 Turismo natural.....	8
2.2.3 Turismo activo.....	9
2.2 Turismo de Salud, Definición.....	10
2.3 Servicios pertenecientes al Turismo de Salud.....	12
2.3.1 Servicios hospitalarios.....	12
2.3.2 Servicios de Consultorio.....	12
2.3.3 Cirugía estética.....	12
2.3.4 Centros de rehabilitación.....	13
2.3.5 Medicina Alternativa.....	13
2.4 Descripción de los servicios de Turismo de Salud en Guatemala.....	13
2.4.1 Medicina alternativa.....	13
2.4.2 Medicina natural.....	14
2.4.3 Fisioterapia.....	14
2.4.4 Musicoterapia.....	15
2.4.5 Hidroterapia.....	15
2.4.5.1 El agua.....	15
2.4.6 Aromaterapia.....	16
2.4.7 La acupuntura.....	16
2.4.8 Reflexología.....	17
2.5 Como funciona el Turismo de Salud.....	17

**CAPITULO III. .... 19**

**3. ORGANIZACIONES INTERNACIONALES RELACIONADAS CON EL TURISMO DE SALUD. .... 19**

3.1 Organización Mundial del Comercio.....	20
3.1.1 Miembros y Órganos.....	22
3.2 Organización Mundial del Turismo.....	22
3.2.2 Órganos de la OMT.....	22
3.2.2.1 La Asamblea General.....	22
3.2.2.2 Consejo Ejecutivo.....	23
3.2.2.3 La Secretaría.....	23
3.2.2.4 Órganos subsidiarios.....	23
3.2.2.5 Estados miembros y Clasificación.....	24
3.3 Organización Mundial de la Salud.....	24
3.3.1 Estructura.....	24
3.3.2 Oficinas Regionales.....	25
3.3.3 Funciones.....	25
3.4 Vinculación de los organismos internacionales sobre el Turismo de Salud. ...	26

**CAPITULO IV..... 29**

**4. EL COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS..... 29**

4.1 Los servicios de turismo.....	30
4.2 Los servicios de salud.....	31
4.3 Comercio electrónico, E-Commerce.....	32
4.3.1 Tipos de comercio electrónico.....	34
4.3.1.1 Business to Business-B2B.....	34
4.3.1.2 Business to Employee-B2E.....	35
4.3.1.3 Business to Business to Consumer-B2B2C.....	36
4.3.1.4 Business to Consumer-B2C.....	36
4.3.1.5 E-mail marketing.....	37
4.4 Comercio Electrónico y Servicios.....	37
4.5 Comercialización del Turismo de Salud.....	39
4.6 Principales Causas del Auge del Turismo de Salud.....	40

**CAPITULO V..... 43**

**5. EL MERCADO INTERNACIONAL DE TURISMO DE SALUD..... 43**

5.1 El mercado.....	43
5.2 El Gobierno y el mercado.....	43

6.2.6.1.2 Comités de Autogestión Turística –CAT’s. ....	110
6.2.6.1.3 Gabinete de Turismo. ....	110
6.2.6.2 Desarrollo del sector turismo durante el periodo presidencial 2008-2012. ....	111
6.2.6.2.1 Agenda Compartida de Competitividad Turística.....	111
6.2.6.2.2 El proyecto turístico Cuatro Balam, en Petén. ....	112
6.2.6.2.3 Guatemala Alma de la Tierra y Centroamérica tan pequeña... tan grande. ....	112
6.2.6.3 El Gobierno y el mercado de Turismo de Salud en Guatemala. ....	112
6.3 Los hechos fortuitos (el contexto internacional) sobre los cuatro elementos del diamante.....	114
6.3.1 Los hechos fortuitos (el contexto internacional) sobre los condiciones de los factores. ....	114
6.3.2 Los hechos fortuitos (el contexto internacional) sobre la Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas.....	114
6.3.3 Los hechos fortuitos (el contexto internacional) sobre las Industrias relacionadas y de apoyo. ....	115
6.3.4 Los hechos fortuitos (el contexto internacional) sobre las Condiciones de la demanda. ....	115
6.4 El Rol del Gobierno sobre los cuatro elementos del diamante .....	115
6.4.1 El rol del gobierno sobre los condiciones de los factores.....	115
6.4.2 El rol del gobierno sobre la Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas. ....	116
6.4.3 El rol del gobierno sobre las Industrias relacionadas y de apoyo.....	116
6.4.4 El rol del gobierno sobre las Condiciones de la demanda.....	116
6.5 Interrelacion de los hechos fortuitos (contexto internacional) y el gobierno.....	116
6.5.1 La Crisis Económica Mundial.....	116
6.5.2 La crisis económica en Guatemala. ....	117
 <b>CONCLUSIONES.....</b>	 120
 <b>RECOMENDACIONES. ....</b>	 123
 <b>GLOSARIO. ....</b>	 124
 <b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	 126
 <b>ANEXOS. ....</b>	 131

## INTRODUCCIÓN

La investigación de tesis presente, surge con base en la importancia de establecer un análisis sobre el fenómeno turístico, relativo a sus repercusiones económicas a nivel nacional, específicamente a partir de los últimos años, en los cuales la apertura comercial se ha constituido como la estrategia nacional dentro del contexto de la globalización, particularmente el análisis se enfoca en la interacción del gobierno y sus políticas respecto al aprovechamiento del contexto internacional como un impulsor de sectores comerciales asociados, siendo este el clúster de turismo de salud.

En su división capitular, la investigación consta de seis capítulos, dentro de ellos los cuatro primeros comprendidos en una primera parte alcanzan un carácter descriptivo los cuales se estructuran de la siguiente manera: El primer capítulo abarca las condiciones metodológicas de la investigación, el segundo capítulo describe el turismo, la evolución de la actividad turística a nivel mundial así mismo se describen las modalidades de turismo existentes con el objeto de presentar al turismo de salud, el tercer capítulo se ocupa de exteriorizar que organismos internacionales se ocupan sobre el tema de la comercialización de los servicios turísticos de salud a manera de puntualizar la importancia del turismo como generador de cambios económicos a nivel internacional, el cuarto capítulo se refiere a la comercialización de los servicios de turismo de salud, detallando el comercio internacional de servicios, la comercialización electrónica y el marco jurídico internacional y nacional que se desprende de tales formas de comercio. El estudio de la relación entre el turismo y el comercio electrónico debería, por tanto, ayudar a esclarecer por lo menos dos cuestiones fundamentales más amplias, a saber, 1) qué influencia tienen las nuevas tecnologías y redes de la información (por ejemplo, Internet) en la competitividad comercial de los países en desarrollo, y 2) cómo se combina la "vieja economía" (representada por el turismo) con la "nueva economía" (encarnada en el comercio electrónico) en los países en desarrollo, y qué margen de maniobra deja esta

combinación a los poderes públicos y las empresas locales para desarrollar, mantener o conquistar una ventaja comparativa en los mercados mundiales.<sup>1</sup>

Hasta esta parte debe ser comprendida como descriptiva la cual como se hizo resaltar dotará los elementos fundamentales para la parte analítica de la investigación, o segunda parte, esta comprende el capítulo cinco, que trata sobre los principales mercados dedicados al turismo de salud aplicando matrices FODA sobre cada uno de ellos mostrando las ventajas comparativas y competitivas de los mercados; posteriormente el capítulo seis abarca el análisis de la investigación sobre el clúster de turismo de salud en Guatemala aplicando el Diamante de Porter con la finalidad de evidenciar la interacción del contexto internacional y las acciones emprendidas por parte del gobierno respecto al tema. Finalmente se dan a conocer las conclusiones y las recomendaciones derivadas de esta investigación.

---

<sup>1</sup> El comercio electrónico y el turismo: nuevas perspectivas y retos para los países en desarrollo Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo Junta de Comercio y Desarrollo. Comisión de la Empresa, la Facilitación de la Actividad Empresarial y el Desarrollo .Reunión de Expertos en Comercio Electrónico y Turismo.

## **CAPITULO I.**

### **1. ASPECTOS TEÓRICOS METODOLÓGICOS.**

La presente investigación, busca la descripción e interpretación del tema problema a analizar, en tanto se proyecta conocer el comportamiento del clúster de turismo de salud, en relación al contexto interno y externo, destacando el innegable establecimiento de relaciones entre el gobierno y el contexto internacional y su incidencia sobre el clúster de turismo de salud dentro del ámbito globalizador, ejerciendo como un impulsor de relaciones entre el sector publico y privado, en Guatemala.

La importancia de este tema desde la perspectiva de las relaciones internacionales, se ubica dentro de la esfera del comercio internacional específicamente dentro de los efectos producidos en la economía tanto nacional como internacional, los cuales apoyándose en la perspectiva sistémica, constituye como un fenómeno internacional, de entradas y salidas, girando entorno a un contexto específico, siendo éste el mercado mundial; lo antes descrito se interpreta en base a la realidad actual del tema problema, de la siguiente manera:

El turismo es una de las actividades que genera mayor efectos económicos a nivel mundial, para las economías dependientes como la guatemalteca es considerado como un sector capaz de generar desarrollo en cada uno de sus sectores, la acción mediante clusters, marcan hoy, la dinámica del comercio internacional, estos conglomerados al permanecer unidos, generan competencia interna y elevan la potencialidad del país frente al mercado mundial; posibilitando la competencia.

Dentro del ámbito de las Relaciones Internacionales, el contexto del comercio internacional de Guatemala se encuentra enmarcado dentro de diversas etapas históricas, la influencia de las condiciones políticas y económicas del contexto mundial, repercuten sobre cada una de ellas; en el presente, el comercio nacional se encuentra enfocado hacia la apertura de mercados o economía abierta, derivada de las políticas del Consenso de Washington, en las cuales se busca la reducción y especialización del Estado. Un hecho trascendental para el país fue su adhesión al

Acuerdo general sobre comercio y aranceles –GATT- posterior Organización Mundial de Comercio –OMC-, Guatemala ratificó su adhesión a éste organismo, adoptando derechos y obligaciones, según el acuerdo, y es en base a éste, que Guatemala establece su actual política de comercio exterior; la cual, comprende tres áreas: Apertura comercial, productividad y competitividad.

A razón de ello se plantea: Guatemala, presenta su estrategia turística valiéndose de su aparato institucional de comercio, en donde los sectores exportadores, encuentran todo tipo de facilidades para la inversión, con el fin de posicionar sus productos o servicios, dentro del competitivo mercado mundial, siendo Guatemala un país dependiente dentro de la escena internacional, trata de desarrollar sectores especializados para el desarrollo económico tal como el turismo de salud, entonces, ¿Como el gobierno interactúa con el contexto internacional respecto a la explotación del sector turismo de salud? Para ello se presentan las siguientes sub preguntas:

¿Qué efectos económicos derivan del turismo de salud?

¿Cómo interviene el gobierno dentro del turismo de salud?

¿Qué efectos generan los fenómenos del contexto internacional sobre turismo de salud?

¿Cuál es la potencialidad del turismo de salud en Guatemala?

¿Cuales son las ventajas del turismo de salud nacional?

¿Cuales son las desventajas del turismo de salud nacional?

Como objetivo general se plantea: Conocer el comportamiento del clúster de turismo de salud, en relación al contexto interno y externo, para comprobar el tipo de relación existente entre los actores antes descritos, se definieron como objetivos específicos:

- Examinar las acciones emprendidas por el gobierno, en relación al impulso del clúster de turismo de salud.
- Analizar qué fenómenos internacionales y de qué manera afectan o favorecen al clúster de turismo de salud.

- **Evaluar los efectos económicos, que surgen con la explotación del clúster de turismo de salud.**

**En primer termino se utiliza el análisis FODA; ésta metodología de estudio de la situación competitiva de una empresa en su mercado, permitiendo destacar las características internas de la misma, determinando dos factores controlables: fortalezas y debilidades; y la situación externa compuesta de dos factores no controlables: oportunidades y amenazas.**

**Seguidamente se emplea el modelo del Diamante de Michael Porter, el cual expone la situación comparativa de una nación en la competición global, según Porter la fuente de la competitividad económica está sustentada en los determinantes de la ventaja competitiva: cuatro grandes atributos principales y dos secundarios<sup>1</sup>.**

**Los atributos principales son:**

- a) Estrategias de la empresa, estructura del sector y rivalidad local entre las empresas.**
- b) Condiciones de la demanda.**
- c) Industrias relacionadas y de apoyo.**
- d) Condiciones de los factores de producción, y**

**Los factores secundarios son:**

- a) Los hechos fortuitos y**
- b) El gobierno.**

**De ello se enfatiza como unidad de análisis la interacción del gobierno y la esfera internacional respecto al turismo, específicamente el turismo de salud; como un fenómeno dentro las Relaciones Internacionales, debido a ser un tema que toma auge y la estructuración estatal, la investigación comprende un período histórico enmarcado desde el año 2006 al año 2009.**

---

<sup>1</sup> El modelo de competitividad del Diamante de Porter.

Geográficamente la investigación se concentró en Guatemala, Ciudad Capital, a nivel institucional en: La Comisión de Turismo en Salud y Bienestar de la Asociación de Exportadores de Productos no Tradicionales AGEXPORT, por ser el ente delegado para el clúster de turismo de salud.

En base al marco teórico, la investigación toma en cuenta que el comercio internacional es justificado dentro de la economía por la teoría de la ventaja comparativa o por la mayor existencia de productos o bienes intercambiados tendientes a incrementar la oferta en el mercado local, así mismo, cabe distinguir que existe una diferencia entre el comercio internacional de bienes, mercancías, llamado visible o tangible y el comercio internacional de servicios llamado invisible o intangible, en este último se abordará la investigación.

De acuerdo a lo antes expuesto, se infiere que el fenómeno de la competitividad de los servicios, se analiza desde el punto de vista de la comparación respecto a un sector o clúster, que en el conjunto de sus variables pueda ser mejor y más atractivo, referente a otro, ya sea dentro una región, área o localidad, mas aún dentro del ámbito globalizador requiriendo especialización.

## **CAPITULO II.**

### **2. TURISMO.**

El turismo es la actividad que realizan las personas (turistas) 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 otros motivos<sup>2</sup>.

Una de las características principales del auge del turismo se deriva de los grandes cambios sociales entre los siglos XVIII y XIX, la industria se acopló con la tecnología y generó la expansión de los medios de transporte con los trenes y barcos a vapor, así mismo y por la tendencia comercial iniciaron las conexiones de los caminos y de estos los intercambios sociales abarcando la economía y la política. La burguesía como clase social, impone la moda del ocio, en especial la burguesía inglesa que dispone del dominio comercial marítimo.

La caracterización o logística turística moderna nace en este periodo de la mano de hombres visionarios de las oportunidades económicas de la explotación turística, Thomas Cook 1841 quien creó un paquete turístico y en base a ello crea en 1851 la primera agencia de viajes del mundo "Thomas Cook and Son" se unieron a este objetivo Henry Wells y William Fargo con "American Express", posteriormente se implantaron documentos de pago como el travel-check y el voucher como un prepago, a nivel de hostelería Cesar Ritz introdujo importantes avances.

El siglo XX muestra contrastes en la industria turística, en una primera parte con altibajos entre ellos se destacan las Guerras Mundiales, la crisis del 1929 y la crisis energética de los setenta que repercuten en el sector turístico negativamente, el avance tecnológico del avión y el sistema de los vuelos chárter y el automóvil repercuten positivamente; el aspecto social se destaca con la implementación del

---

<sup>2</sup> Concepto planteado en la Conferencia Internacional de Estadísticas de Turismo y Viajes, Ottawa, Canadá, 1991 y adoptada por la Comisión Estadística de las Naciones Unidas el 4 de marzo de 1993, en vigencia por la Organización Mundial del Turismo.

Estado de Bienestar al surgir numerosas personas jubiladas, que al terminar su servicio destinaban su tiempo al ocio y los viajes.<sup>3</sup>

Una segunda parte comprende la década de los 80 y 90<sup>4</sup>, el turismo toma niveles inesperados entrando a formar parte de las agendas económicas de los países, la industria se consolida con la internacionalización de conglomerados empresariales dedicados al turismo como lo son las hostelerías, los tour operadores, aplicando técnicas de atracción e inversión mediante el marketing por los canales informáticos y las telecomunicaciones.

El turismo entra al nuevo milenio y adopta variables como la especialización, desarrollo de mercados y promoción, diversificando la oferta y la demanda sobre el singular parámetro de la calidad.

## **2.1 Naturaleza de Turismo de Salud.**

El turismo de salud es una nueva opción dentro de la gama de los servicios de turismo, sin embargo el turismo nace en sí de la necesidad de los individuos por despejarse del ambiente cotidiano y buscar destinos en donde puedan liberar tensiones, modernamente la variedad de los productos de turismo han permitido crear clasificaciones de éstos, a continuación se presentan la siguientes categorías turísticas (cultural, natural y activo) así mismo los tipos de turismo que las integran<sup>5</sup>:

### **2.1.1 Turismo cultural.**

Esta rama del turismo obliga la posesión de un legado histórico ya sea por medio de tradiciones (intangible) expresiones artísticas o mediante construcciones, restos de estas, constituyéndose en ventaja competitiva y absoluta para su comercialización.

---

<sup>3</sup> El periodo comprendido entre 1950 a 1973 se impone la cultura del ocio.

<sup>4</sup> De suma importancia constituye para el turismo la caída del bloque socialista y la nueva tendencia de apertura y liberalización comercial así mismo de las políticas adoptadas bajo el marco de la OMC en especial las dedicadas al comercio de servicios.

<sup>5</sup> Las categorías turísticas cultural, natural y activo, consisten en la diversificación y la ventaja comparativa, competitiva y absoluta, (sean naturales o creadas) de la estrategia comercial de los mercados turísticos que las exploten.

- **Urbano:** Desarrollado en ciudades principalmente en aquellas que son Patrimonio de la Humanidad.
- **Monumental:** Vinculado exclusivamente a monumentos histórico-artísticos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.
- **Arqueológico:** Vinculado a yacimientos y sitios arqueológicos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.
- **Funerario:** Vinculado cementerios donde o bien hay tumbas realizadas por arquitectos famosos o bien hay personajes famosos enterrados allí.
- **De compras:** Vinculado a las compras a buen precio o exclusivos. Incluye artículos de lujo, arte, artesanía y artículos de uso común como calzado, electrónica, etc.
- **Etnográfico:** Vinculado a las costumbres y tradiciones de los pueblos. En algunos casos cercano al turismo ecológico.
- **Literario:** Motivado por lugares o eventos de carácter bibliográfico.
- **De formación:** Vinculado a los estudios, fundamentalmente los de idiomas.
- **Científico:** Es una oferta turística para realizar investigaciones en lugares especiales como estaciones biológicas o yacimientos arqueológicos, surge de la disposición de la sociedad científica por interesarse en el estudio de un fenómeno en determinado espacio lo cual motiva a la traslación de de uno o un grupo de científicos.
- **Gastronómico:** Vinculado a la comida tradicional de un sitio, consiste en la búsqueda de destinos con la finalidad de satisfacer el paladar, degustando los platos propios del destino seleccionado, comprendido desde restaurantes hasta puestos tradicionales de mercado, atrae tanto al turista común, como a los más reconocidos chefs del mundo.
- **Enológico:** Vinculado a los vinos de una zona. El enoturismo como también es conocido, trata de explotar las potencialidades de la ventaja comparativa de las regiones vinícolas a nivel mundial (Argentina, California, Chile, España, Francia y Portugal) consiste en la visita a los viñedos, su industria y la degustación de vino, en España se denominan Rutas del Vino.
- **Industrial:** Motivado por la visita a fábricas o grandes construcciones civiles.

- **Itinerante:** Se desarrolla en varios lugares siguiendo rutas preestablecidas.
- **Místico:** Se relaciona con el turismo orientado a la visita a lugares energéticos.
- **Turismo filmográfico:** Potencialmente forma parte de la familia del turismo cultural, explota la ventaja competitiva de la industria del cine, como lo son locaciones y productos derivados de las más reconocidas cintas filmicas.

### **2.1.2 Turismo natural.**

Podría definirse como las actividades lúdicas o deportivas que se desarrollan al aire libre, en un medio natural sin degradar o deteriorar el entorno<sup>6</sup>.

- **Parques temáticos:** Basado en atracciones turísticas de temas concretos. Se caracteriza por la participación activa del visitante.
- **Ecoturismo:** Basado en el contacto con la naturaleza. Sus recursos los componen los parques nacionales, es decir, una flora y fauna interesante en la zona receptiva, basándose en el manejo sustentable de seleccionadas áreas favoreciendo al medio ambiente y a las comunidades en donde se desarrolla.
- **Rural:** El desarrollado en el medio rural, cuya principal motivación es conocer las costumbres y las tradiciones del hombre en el mundo rural. Se interesa por la gastronomía, la cultura popular, artesanía.
- **Agroturismo:** Su finalidad es mostrar y explicar el proceso de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias.
- **Agro-ecoturismo:** Es aquel donde el visitante se aloja en habitación con estándares turísticos, pero participa de los labores agrícolas, convive y consume los alimentos con la familia.
- **Ornitológico:** Es el turismo centrado en el avistamiento y observación de aves, reside en el encuentro del turista quien busca las áreas en donde es posible apreciar a las aves que se encuentran en su hábitat natural.

---

<sup>6</sup> [www.ecototal.com](http://www.ecototal.com) Productos y servicios Ecológicos. Fecha de consulta mayo 20 de 2009

### 2.2.3 Turismo activo.

Es el tipo de turismo que se realiza en ambientes naturales, por lo general el turismo activo es ajeno a las grandes ciudades, ocupándose de espacios campestres en donde el turista realiza diversas actividades, su esencia radica en la vivencia.

- **Ictioturismo:** Es la actividad turística centrada en la práctica de la pesca deportiva.
- **Deportivo:** La principal motivación es practicar algún deporte. Se puede dividir en dos grupos: deporte de exterior y el de interior. También se podría hacer otra subdivisión en función del que practica el deporte, o de quien lo ve.
- **Aventura:** Solamente se practican deportes de riesgo. El usuario de este tipo de turismo suele ser de nivel adquisitivo y cultural alto y de muy buena forma física (rafting, rappel).
- **Espacial:** Supone la compra de paquetes turísticos a un costo muy elevado con destino al espacio, específicamente a la Estación Espacial Internacional.
- **Religioso:** Una oferta ligada a lugares o acontecimientos de carácter religioso de relevancia. Los cuatro núcleos de mayor importancia son Jerusalén, La Meca, Roma y Santiago de Compostela (en este último el Camino de Santiago tiene una doble vertiente deportiva y religiosa) y Esquipulas en Guatemala.
- **Espiritual:** Su motivación es el recogimiento y la meditación (monasterios, cursos de filosofía oriental, etc.).
- **Termal o de salud:** Está vinculado a los balnearios que ofrecen tratamientos para diversas dolencias (reumatológicas, estrés, dermatológicas, tratamientos de belleza,...). La infraestructura cuenta normalmente con un núcleo principal o instalación termal independiente de las instalaciones hoteleras.
- **Médico:** Está orientado a la realización de intervenciones quirúrgicas o tratamientos médicos vinculados.
- **Sexual:** Orientado a mantener relaciones sexuales, radica en la búsqueda de sexoservidoras y sexoservidores; sin embargo la variedad de servicios expone a la explotación sexual y la explotación infantil. Entre los destinos más

demandados se encuentran Marruecos, Brasil, Camboya, China, Costa Rica, Cuba, Hungría, México, República Checa, Rusia y Tailandia.

- **Turismo Social:** Aquel dedicado a la participación en actividades para mejorar las condiciones de las capas de población económicamente más débiles.
- **Turismo Comunitario:** Trata del establecimiento de sociedades organizadas que ven en el turismo una alternativa para el desarrollo de la comunidad aplicando programas autogestionables ofreciendo atractivos culturales.
- **Narcoturismo:** Turismo dedicado a satisfacer la demanda de consumo de cualquier clase de estupefaciente, en el cual el narcoturista busca destinos en donde se comercializa legalmente las drogas (Holanda, Bélgica y Tailandia), este tipo de turismo consiste en ver la producción en las plantaciones y laboratorios clandestinos; en Colombia, a pesar del carácter ilegal de las drogas se intensifica la demanda por este tipo de turismo, así como los esfuerzos por eliminar esta practica<sup>7</sup>.
- **Turismo de negocios:** Lleva implícito el establecimiento de relaciones comerciales a nombre de una empresa o una persona individual, el turista de negocios posee variantes para denominarlo como empresarios, ejecutivos de ventas o clientes, quienes comercian en negocios, reuniones congresos o convenciones específicas sobre productos o servicios.

## **2.2 Turismo de Salud, Definición.**

Las denominaciones que se presentan a continuación, obedecen a la ubicación geográfica del concepto sin embargo cada una de ellas poseen como características principales: la búsqueda de un destino, el menor costo del servicio la prestación de servicios médicos tradicionales o alternativos y la conjugación de dos de las más grandes industrias a nivel mundial, como lo son los sistemas de salud y el turismo.

---

<sup>7</sup> [http://www.youtube.com/watch?v=kjLaWQAI6\\_M](http://www.youtube.com/watch?v=kjLaWQAI6_M) Enlace YOUTUBE en relación a la nota de Noticias Caracol, del presidente colombiano Álvaro Uribe Vélez y la investigación de Séptimo Día, evidenciando la práctica del Narcoturismo en Colombia. Fecha de consulta agosto 15 de 2009

Teniendo en cuenta estas características, alrededor del mundo se define al turismo de salud en cuatro maneras diferentes:

El turismo médico es el término usado para describir la práctica rápidamente creciente de viajar a otro país para obtener el profesional y un cuidado médico más barato. Tales servicios incluyen típicamente procedimientos electivos más cirugías especializadas tales como reemplazo común, cirugía cardiaca, cirugía dental, y cirugías cosméticas.<sup>8</sup>

El turismo de bisturí, es el que se practica combinando estancia vacacional con intervención de cirugía plástica. El motivo es el menor precio de las operaciones en el país de destino que en el de origen de los turistas, pero suele implicar graves riesgos para la salud.<sup>9</sup>

El turismo de salud uno de los tipos de turismo que fomentan el bienestar y la relajación corporal y mental a través de actividades asociadas a la vida sana, tratamientos de agua termales, talasoterapia, aromaterapia, fitoterapia, tratamientos psicofísicos y crecimiento personal holístico<sup>10</sup>.

Turismo de salud, está destinado a todos aquellos que deciden viajar para tratar alguna dolencia o para relajarse. Existen distintos tratamientos, como por ejemplo los termales. También existen espacios naturales con propiedades terapéuticas<sup>11</sup>.

Turismo de Salud, turistas que van en busca de climas y ecosistemas que sean benéficos para su salud y que en su lugar de residencia no lo disfrutan<sup>12</sup>.

---

<sup>8</sup> [es.wikipedia.org/wiki/Turismo\\_médico](http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_médico) Fecha de consulta febrero 26 de 2009

<sup>9</sup> El apelativo "Bisturí" posee acepciones positivas y negativas, dependiendo de la experiencia, por un lado positivo se refiere a las continuas denominaciones de este tipo de turismo, por otro lado y en un sentido negativo, se refiere a la oferta de tratamientos quirúrgicos a bajo costo con reacciones o efectos secundarios no deseados sobre la salud del demandante, poniéndolo en peligro, aunque no solamente se dirige al turismo sino a actividades medicas locales ilegales carentes de certificaciones. [www.poraqui.net](http://www.poraqui.net) Poraqui.net - Portal de turismo y hostelería. Fecha de consulta abril 17 de 2009

<sup>10</sup> [www.ecototal.com](http://www.ecototal.com) Productos y servicios Ecológicos. Fecha de consulta mayo 20 de 2009

<sup>11</sup> [www.destinosblog.com](http://www.destinosblog.com) Definición de Turismo | Destinos, Viajes y Turismo. Fecha de consulta mayo 15 de 2009

Para efectos de la investigación se utilizará la siguiente denominación, atendiendo a las características del clúster de turismo de salud en Guatemala, su mercado y como es descrito en su promoción a través del Instituto Guatemalteco de Turismo-INGUAT-, la Camara de Turismo –CAMTUR- y la Asociación de Exportadores de Productos no Tradicionales –AGEXPORT-:

**Turismo de Salud:** El turismo de bienestar (Health and Wellness tourism), es una modalidad turística en la cual se viaja a otro país para obtener ventajosos servicios médicos, quirúrgicos (plásticos o estéticos), dentales, de spa, etc<sup>13</sup>.

### **2.3 Servicios pertenecientes al Turismo de Salud.**

Entre ellos hay una diversa combinación de aplicación de los tratamientos y varia según la especialidad de la región y como se efectúen los procedimientos.

#### **2.3.1 Servicios hospitalarios.**

Implican el uso exclusivo de áreas especializadas para el tratamiento, ya que de su empleo depende el propio tratamiento y la plena recuperación del paciente.

#### **2.3.2 Servicios de Consultorio.**

Consisten en procedimientos médicos frecuentes y diversos, haciéndose notar por prestar tratamientos a la elección del interesado en el servicio.

#### **2.3.3 Cirugía estética.**

La demanda en este sector sobre este tratamiento se ha incrementado durante los últimos años al encontrar diversidad tanto en procedimientos como de oferta además favorece el intercambio comercial, al encontrarse en plena disposición del paciente, minimizando tramites y ejecutando directamente la transacción económica.

---

<sup>12</sup> Varias autoras, [www.monografias.com/Turismo de Salud](http://www.monografias.com/Turismo de Salud). Fecha de consulta febrero 26 de 2009

<sup>13</sup> [www.visitguatemala.com](http://www.visitguatemala.com) ¿Qué Hacer? Turismo de Salud. Fecha de consulta noviembre 8 de 2008

### **2.3.4 Centros de rehabilitación.**

Fundamentalmente abarcan tratamientos en contra de vicios adictivos, este servicio se plantea en la abstracción del paciente en un entorno de relajación, sobre todo en la búsqueda de reflexión y autoanálisis.

### **2.3.5 Medicina Alternativa.**

Abarca la aplicación de tratamientos preventivos basadas en terapias naturales.

## **2.4 Descripción de los servicios de Turismo de Salud en Guatemala.**

En Guatemala los tratamientos que se ofrecen pertenecen tanto a la medicina tradicional como a la medicina alternativa, teniendo entre ellos los siguientes servicios, según el INGUAT:

- Aguas termales como temascal
- Lodo azufrado
- Musicoterapia
- Aromaterapia

Para una amplia apreciación sobre la gama del producto guatemalteco a continuación se describen los tratamientos:

### **2.4.1 Medicina alternativa.**

Básicamente es la contraposición a los tratamientos convencionales en salud, al manejarse dentro de un ámbito muy amplio que abarca, la práctica de procedimientos culturales y de contacto con la naturaleza. De suma importancia para nuestro país debido a la riqueza cultural y espiritual de las tradiciones nacionales al conjugarse con otro tipo de turismo como el cultural.

El National Center for Complementary and Alternative Medicine (NCCAM) estadounidense define la medicina complementaria y alternativa como «un conjunto diverso de sistemas, prácticas y productos médicos y de atención de la salud que no se considera actualmente parte de la medicina convencional». Una distinción que el NCCAM hace es que la medicina complementaria se usa conjuntamente con la

medicina convencional mientras la medicina alternativa se usa en lugar de la medicina convencional. El NCCAM también define la medicina integrativa como la combinación de terapias médicas formales y terapias de la medicina complementaria y alternativa para las cuales existen datos científicos de alta calidad sobre su seguridad y eficacia.<sup>14</sup>

#### **2.4.2 Medicina natural.**

El término medicina natural, naturopatía, o medicina naturopática es según la Organización Mundial de la Salud (OMS) el término utilizado que se refiere tanto a los sistemas de medicina tradicional como a las diversas formas de medicina indígena. La medicina natural utiliza diferentes métodos de diagnóstico, tal es el caso de la iridología, que permite conocer el estado de salud por medio de la pupila de los ojos. Esta práctica está reconocida de manera académica en algunos países<sup>15</sup>.

#### **2.4.3 Fisioterapia.**

"La técnica y la ciencia del tratamiento a través de: medios físicos, ejercicio terapéutico, masoterapia y electroterapia. Además, la fisioterapia incluye la ejecución de pruebas eléctricas y manuales para determinar el valor de la afectación y fuerza muscular, pruebas para determinar las capacidades funcionales, la amplitud del movimiento articular y medidas de la capacidad vital, así como ayudas diagnósticas para el control de la evolución<sup>16</sup>".

El termino procede del griego: physis, (naturaleza) y therapeia, (tratamiento, etimológicamente, fisioterapia o physis-therapeia significa "Tratamiento por la Naturaleza".

---

<sup>14</sup>[www.caminomedical.com/handouts/comp\\_sp.html](http://www.caminomedical.com/handouts/comp_sp.html) ¿Qué es la medicina complementaria y alternativa? Fecha de consulta abril 12 de 2009

<sup>15</sup> [nccam.nih.gov/health/whatiscom/spanish.htm](http://nccam.nih.gov/health/whatiscom/spanish.htm) Centro Nacional de Medicina Complementaria y Alternativa (National Center for Complementary and Alternative Medicine, NCCAM). Fecha de consulta abril 12 de 2009

<sup>16</sup> Organización Mundial de la Salud (OMS) [www.taringa.net/posts/ebooks-tutoriales/.../libro-de-fisioterapia.html](http://www.taringa.net/posts/ebooks-tutoriales/.../libro-de-fisioterapia.html). Fecha de consulta agosto 15 de 2009

Este tratamiento se apoya en elementos naturales, por lo tanto no produce efectos secundarios, ni tóxicos. Esta especialidad se desarrolla en varios ámbitos de la salud, en relación al turismo de salud se aplica en centros de salud, balnearios y spa.

#### **2.4.4 Musicoterapia.**

Es un tratamiento dirigido a la relajación y la estimulación mediante el sonido, el ritmo, la melodía y la armonía. Una vez realizadas varias sesiones de musicoterapia se alcanza una restauración del ser, lo que permite una mejor relación con uno mismo y con la sociedad.

#### **2.4.5 Hidroterapia.**

Es el arte y la ciencia de la sanación de afecciones a la salud por medio del agua. La Hidroterapia es la técnica de aprovechamiento de las propiedades del agua como agente terapéutico, sin importar el estado en el cual se encuentre, únicamente varía según el tratamiento a ofrecer.<sup>17</sup> Etimológicamente la expresión procede del griego Hydro (ὑδρο-, agua, griego antiguo ὕδωρ, hýdor) y Therapia (θεραπεία, curación).

##### **2.4.5.1 El agua.**

El turismo de salud gira alrededor de las propiedades medicinales del agua según la tradición de la especialidad, quien descubrió las propiedades medicinales de ciertas aguas fue el filósofo Hipócrates, dichas propiedades se han explotado gracias al avance de la ciencia y las técnicas empleadas, con eficacia médica comprobada, empleando el agua como fármaco, el barro y las arcillas en su estado natural apoyándose en el masaje como estrategia de aplicación.

Entre las propiedades medicinales del agua se le atribuyen, la cura de afecciones a nivel del sistema nervioso, entre ellos el stress, la depresión, tonificación muscular y la recomposición del estado del alma. En el ámbito Estatal ya son varios los países que impulsan políticas sobre el agua, estos ven en el recurso del agua grandes posibilidades de explotación mediante la conservación y el estudio de las

---

<sup>17</sup> Los tratamientos de hidroterapia se pueden aplicar a través de: Baños, hidromasaje termal, duchas, chorros, aditivos, lavados, compresas y abluciones.

propiedades del agua tanto para el consumo, la recreación y sobre todo a la sanación.

La importancia del agua se expresa dentro del turismo de salud desde la antigüedad, los centros de la hidroterapia moderna son: Los balnearios y los SPA.

El balneario es más común, aprovecha las propiedades de las aguas termales, el caso de los SPA merece un espacio más amplio, debido al avance de las técnicas medicinales y a la publicidad que éstos centros de cuidado estético y de salud han tomado en los últimos años. Los SPA (Salutem per aqua o salud a través del agua); son lugares habilitados para el tratamiento de afecciones con agua, las cuales son enriquecidas para los tratamientos; la talasoterapia proviene de la hidroterapia y utiliza componentes del mar.

La diferencia principal entre un SPA y un balneario o terma, es que en éstos últimos el agua tiene propiedades minero-medicinales, a diferencia de los SPA donde el agua es la común de la traída.

#### **2.4.6 Aromaterapia.**

Esta medicina alternativa se basa en la aplicación, inhalación o ingesta de aceites de plantas para los tratamientos de molestias de estados emocionales<sup>18</sup>.

#### **2.4.7 La acupuntura.**

La acupuntura, el término se acuña del latín, acus, que significa aguja, y pungere, punción, perteneciente a la medicina tradicional china, es una técnica que se basa en la introducción y el maniobramiento de las agujas en el cuerpo con ayuda del mapeo de los denominadas áreas o puntos; en referencia a ellos, ésta técnica es evaluada por la OMS, quien viene explorando los avances de esta alternativa medicinal<sup>19</sup>.

---

<sup>18</sup> [www.natural-rasta.com.ar/medicinas-alternativas.htm](http://www.natural-rasta.com.ar/medicinas-alternativas.htm) Medicinas Alternativas - NATURAL RASTA - Dreadlocks & Rastas. Fecha de consulta agosto 15 de 2009

<sup>19</sup> [http://www.wpro.who.int/publications/pub\\_9290611057.htm](http://www.wpro.who.int/publications/pub_9290611057.htm) Standard acupuncture nomenclature. Second edition. Fecha de consulta agosto 15 de 2009

En la actualidad la acupuntura es ofertada en todos los mercados de turismo de salud, además se encuentra, dentro de los sistemas nacionales de salud en China, Vietnam y Cuba.

#### **2.4.8 Reflexología.**

La reflexología consiste en la estimulación de ciertas terminaciones nerviosas focalizadas, que al responder al contacto causa un reflejo, permitiendo la liberación de tensión, el masaje es el medio por el cual se lleva a cabo la estimulación de las terminaciones nerviosas, en el área nasal o podal del paciente.

#### **2.5 Como funciona el Turismo de Salud.**

El turismo de salud se enfoca hacia las personas que busquen tratamiento quirúrgico o no quirúrgico, de ello, se pueden aliviar enfermedades de carácter físico o mental; o simplemente buscar el destino apropiado para despejar la mente, abstraerse de la cotidianidad de las grandes ciudades, permitiendo al visitante preservar su salud, dentro de un ambiente apropiado y sobre todo a costos sumamente menores. Desde la perspectiva del comercio internacional éste fenómeno se traduce en la búsqueda, (en la mayoría de los casos) de servicios especializados en salud en países dependientes dedicados a la atención médica.

La crisis económica mundial repercute en los sistemas de salubridad, los cuales entran en crisis debido al costo de los medicamentos y toda la logística que conlleva la producción promoción y distribución de los medicamentos, aunado a ello se tiene el costo por los servicios por parte del personal capacitado y especializado en la materia, no obstante un reto para los gobiernos lo constituye el gran número de personas que demandan de estos servicios en el ámbito público, lo cual conlleva a que las personas busquen destinos donde sus afecciones sean tratadas a menor costo.

Por extravagante que sea, hay grandes cantidades de gente que combina su estancia vacacional con el someterse a un tratamiento para su salud y en gran parte se debe a la promoción que este tipo de turismo ha tenido en los últimos años.<sup>20</sup>

Dentro del contexto globalizador, las razones para la demanda de servicios de turismo de salud abarcan factores económicos y sociales tales como, la búsqueda de servicios a mejores precios con altos estándares de calidad, carestía de servicios especializados en el país de origen o residencia y facilidades migratorias, debido a la eliminación de las fronteras y encontrar en otras regiones; por lo tanto el sector turístico se compone de servicios que prestan tanto organizaciones publicas como privadas.

---

<sup>20</sup> El turismo de salud, cada vez más en auge. Ana Serrano. [ecodiario.eleconomista.es/.../El-turismo-de-salud-cada-vez-mas-en-auge.html](http://ecodiario.eleconomista.es/.../El-turismo-de-salud-cada-vez-mas-en-auge.html). Fecha de consulta agosto 15 de 2009

### **CAPITULO III.**

#### **3. ORGANIZACIONES INTERNACIONALES RELACIONADAS CON EL TURISMO DE SALUD.**

La actividad turística mundial, posee una fuerte relación respecto a los organismos internacionales de carácter técnico, en su mayoría dedicados al transporte aéreo terrestre y marítimo y las comunicaciones; a continuación se mencionan los principales organismos de los cuales Guatemala es miembro de ellos, ya sea a nivel de representación del Estado o por medio de empresas individuales.

**OACI:** Organización Internacional de Aviación Civil. Promueve la aviación civil a escala mundial y establece las normas internacionales que la rigen.

**IATA:** Asociación de Transporte Aéreo Internacional. De carácter privado, forman parte de ella cualquier compañía aérea que tenga de su gobierno autorización para operar de forma regular. Establece cooperación entre compañías en cuanto a servicios, liquidación de billetes, interviene y regula el tráfico aéreo, establece códigos de compañías aéreas, aeropuertos, billetes, actúa en el campo de la seguridad y participa en negociaciones entre gobiernos. Sede en Ginebra y Montreal.

**IUR:** Unión Internacional de Ferrocarriles.

**IRU:** Unión Internacional de Transporte por Carretera.

**FUAAV/UFTAA:** Federación Universal de las Asociaciones de Agencias de Viajes o Universal Federation of Travel Agencies Associations. Conformada por las Asociaciones Nacionales de Agencias de Viajes de casi 100 países. Sede en Bruselas.

**IH&RA:** International Hotel & Restaurant Association. Sede en Londres.

**ICCA:** International Congress & Convention Association. Ferias, congresos, convenciones y viajes de incentivo. Sede en Ámsterdam.

**IYHF:** Internatonal Youth Hostel Federation. Sede en UK.

**IFTO: International Federation of Tour Operators. Sede en UK.**

**IAATO: International Association of Antarctica Tour Operators. Sede en USA.**

**Medical Tourism Association:** La Asociación de Turismo Médico es la primera asociación Internacional sin ánimo de lucro conformada por los principales hospitales, compañías proveedoras de salud, agencias facilitadoras de turismo médico, compañías de seguros y otras compañías afiliadas y miembros con el objetivo común de promover el más alto nivel de calidad de cuidado médico a los pacientes a nivel internacional. La Asociación promueve y trabaja por los intereses de las agencias facilitadoras de turismo médico y los proveedores de salud. La Asociación de Turismo Médico tiene tres principios básicos: la transparencia, la comunicación y la educación. De la cual Healthwellness Guatemala es miembro activo.

### **3.1 Organización Mundial del Comercio.**

La Organización Mundial del Comercio OMC, fue constituida en 1995 tras las rondas<sup>21</sup> de negociaciones del GATT, convirtiéndose en un foro multilateral de negociaciones comerciales como también en un instrumento regulador de las relaciones económicas a nivel mundial, para ello se vale de una estructura de acuerdos comerciales o Acuerdos Abarcados, en concreto:

- El Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles (GATT)
- El Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios AGCS (GATS)
- El Acuerdo sobre los Aspectos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio ADPIC
- El Acuerdo sobre Medidas Sanitarias y Fitosanitarias
- El Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio.

---

<sup>21</sup> Las Rondas de Negociación del GATT fueron dentro de OMC se denominan Conferencias Ministeriales.

La OMC proviene del GATT<sup>22</sup> (Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio) creado en 1947 conjuntamente con las instituciones de Bretton Woods con la finalidad de controlar las relaciones internacionales monetarias y comerciales, su fin inmediato el aumento del comercio dentro de los mercados internacionales.

En su funcionamiento, pretende la armonización de las relaciones económicas entre los Estados eliminando en lo posible cualquier práctica desleal en base a tres estatutos:

La norma de la Nación Más Favorecida (NMF) consiste en el trato a que son sometidos los productos producidos en un Estado miembro frente a un producto similar originario en cualquier otro Estado. Aplica en los distintos acuerdos alcanzados sobre bienes, servicios, y propiedad intelectual, de diferente manera conforme a la especificación del producto o tipo de servicio. La norma de la NMF posee tres excepciones de aplicación variando el caso y su negociación en las Zonas de Libre Comercio, las Uniones Aduaneras y los Acuerdos de Trato Preferencial

El principio de reciprocidad, tiene por objetivo imposibilitar la aplicación de tarifas desiguales, los Estados miembros están obligados a garantizar las tarifas acordadas al resto de Estados miembros; la solución de diferencias se destaca dentro de la OMC, al surgir cualquier eventualidad se presenta la denuncia al órgano de solución de diferencias, tales diferencias provienen de mala interpretación o practicas desleales, el caso más frecuente consiste en dumping<sup>23</sup>. En materia legal se convoca un panel de expertos a petición de los gobiernos involucrados, este panel estudia el caso y dictamina.

---

<sup>22</sup> La Ronda de Uruguay (1986-1993) fue uno de los momentos más importantes dentro de las negociaciones comerciales, resultando en la reintegración del sector agrícola y textil, introducción de nuevas disciplinas en el sector servicios y de Propiedad Intelectual, así como la creación de la OMC.

<sup>23</sup> Un miembro considera que las normas nacionales discriminan a sus productores (exportadores) en relación a los nacionales del país.

### **3.1.1 Miembros y Órganos.**

La OMC cuenta con 153 miembros<sup>24</sup> y 30 naciones observadoras<sup>25</sup>, cada miembro posee un voto su máxima autoridad es la Conferencia Ministerial, El Consejo General realiza las operaciones cotidianas y el Órgano de Solución de Diferencias.

De acuerdo al tema del turismo de salud, la OMC actúa por medio de la comercialización de los servicios ya sean turísticos, de salud o en conjunto, cuestión que se desarrollará en el capítulo IV, dedicado al comercio internacional de servicios.

### **3.2 Organización Mundial del Turismo.**

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo internacional el cual tiene como propósito la promoción del turismo, su sede se encuentra en Madrid, España y cuenta con 154 estados miembros (23 de septiembre de 2008) fue creada en 1925, forma parte de las Naciones Unidas a partir de 1976 como una agencia ejecutiva del PNUD, dentro de su evolución un año más tarde se establece el convenio con las Naciones Unidas, recientemente en 2003 toma carácter de organismo especializado del sistema de las Naciones Unidas con el propósito de promover el turismo.

Dentro de sus objetivos plantea:

- Estimular el crecimiento económico y la creación de empleo.
- Proporcionar incentivos a la protección del medio ambiente y el patrimonio de los lugares turísticos.
- Promover la comprensión entre las naciones por medio del turismo.

### **3.2.2 Órganos de la OMT.**

#### **3.2.2.1 La Asamblea General.**

Como órgano supremo de la Organización la Asamblea General, los delegados de los Miembros Efectivos y de los Miembros Asociados y los representantes de los

---

<sup>24</sup> La Unión Europea dentro de OMC representa jurídicamente a las Comunidades Europeas.

<sup>25</sup> La ONU y el Banco Mundial poseen ese status.

Miembros Afiliados se reúnen en sesión ordinaria, cada dos años, su carácter vinculante resulta efectiva sobre la toma de decisiones al vincular no solamente altos funcionarios sino también al convocar representantes del sector privado del mundo entero destacando su importancia.

#### **3.2.2.2 Consejo Ejecutivo.**

El Consejo Ejecutivo adopta, en consulta conjunta con el Secretario General, todas las medidas necesarias para el cumplimiento de sus propias decisiones y de las resoluciones de la Asamblea General, dando informes a ésta de su actuación.

La composición del Consejo Ejecutivo se constituye mediante Miembros Efectivos, elegidos por la Asamblea (un Miembro por cada cinco Miembros Efectivos, de conformidad con el Reglamento establecido por la Asamblea) con el fin de una objetiva distribución geográfica.

El mandato de los Miembros elegidos en el Consejo es de cuatro años y cada dos años se renueva la mitad de los Miembros del Consejo, el Consejo elige a su propia Mesa entre sus Miembros, para un mandato de un año.

#### **3.2.2.3 La Secretaría.**

Esta dirigida por el Secretario General, quien cuenta con la ayuda del Secretario General Adjunto, ellos son responsables del cumplimiento del programa de trabajo la ejecución de las políticas así como atender las sugerencias o eventualidades que los miembros presenten.

Los miembros afiliados de la OMT cuentan con el apoyo de un Director Ejecutivo.

#### **3.2.2.4 Órganos subsidiarios.**

Como órganos subsidiarios de la Asamblea General operan seis comisiones regionales. Su importancia radica en la discusión de propuestas y análisis, lo cual permite a los Estados Miembros mantener contacto entre ellos y con la Secretaría. Cada comisión es representada por un periodo de dos años en mesas de trabajo abarcando el periodo entre dos reuniones de la Asamblea General.

### **3.2.2.5 Estados miembros y Clasificación.**

La OMT: esta integrada por 154 países, 7 miembros asociados y 2 observadores.

Respecto al turismo de salud la OMT evalúa dentro de la gama de servicios turísticos su comportamiento a nivel mundial así como también trabaja en conjunto con otros organismos, se destaca su incidencia enfocada en temas de normas de calidad y salubridad con el seguimiento de estudios de enfermedades en áreas geográficas carentes de servicios básicos y que son destinos turísticos.

### **3.3 Organización Mundial de la Salud.**

La Organización Mundial de la Salud (OMS), es un organismo especializado de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) proveniente del seno del Consejo Económico y Social (ECOSOC), se encarga en gestionar políticas sanitarias como la prevención, promoción e intervención en salud a nivel mundial.

#### **3.3.1 Estructura.**

Actualmente son 193 los Estados miembros de la OMS <sup>26</sup>.

La Asamblea Mundial de la Salud, posee capacidades de definir políticas financieras estudiando y aprobando el presupuesto de la organización por programas; esta compuesta por los Estados Miembros.

Consejo Ejecutivo, resulta de la elección de 34 miembros por medio de la asamblea para un mandato trienal, quienes tienen la función de técnicos en el campo de la salud, para, y que forman el. Las funciones principales del Consejo son las de hacer efectivas las decisiones y las políticas de la Asamblea, aconsejarla y facilitar su trabajo.

---

<sup>26</sup> Incluyendo todos los Estados Miembros de la ONU, excepto Liechtenstein, y 2 territorios no miembros de la ONU: Niue y las Islas Cook, los cuales funcionan bajo el estatuto de asociados (con acceso a la información completa pero con participación y derecho a voto limitados), actualmente, si son aprobados por mayoría de la asamblea Puerto Rico y Tokelau se convertirán en miembros asociados. Algunas entidades pueden también tener estatuto de observador, como lo es el Vaticano. Taiwán se propone como miembro observador, contando con la oposición de China que lo considera como parte de su territorio.

La Secretaría, surge de la misma composición de las jefaturas y de las seis oficinas regionales; compuestas de personal experto, técnico y personal de apoyo que se encarga del trabajo cotidiano de la organización.

### **3.3.2 Oficinas Regionales.**

Las oficinas regionales de la OMS son seis y cada una posee, un director regional, el director regional representa en su región a la OMS y a su región en la OMS, entre sus funciones destaca la supervisión de proyectos y al personal de las jefaturas regionales, su labor es en determinados casos conjunta con los delegados de la OMS en cada país. Su elección proviene del comité regional de la OMS y es este comité el facultado de ejecutar las políticas mundiales en su región y está formado por los jefes del servicio de salud de todos los gobiernos de los países que constituyen la región.

- Oficina Regional para África (AFRO), Brazzaville, República de Congo.
- Oficina Regional para Europa (EURO), Copenhague, Dinamarca.
- Oficina Regional para Asia Sur-Oriental (SEARO), Nueva Delhi, India.
- Oficina Regional para el Mediterráneo Oriental (EMRO), El Cairo, Egipto.
- Oficina Regional para el Pacífico Occidental (WPRO), Manila, Filipinas.
- Oficina Regional para las Américas (AMRO), Washington D.C. Organización Panamericana de la Salud (OPS)

### **3.3.3 Funciones.**

- Armonización y codificación: clasificación de todas las enfermedades. La OMS lleva a cabo la Clasificación Internacional de enfermedades (ICD en inglés, o CIM en francés) y mantiene al día una lista modelo de los medicamentos esenciales que los sistemas de salud de todos los países deberían hacer que estuviesen disponibles a precios abordables para la población general.
- Medidas sanitarias: toma de medidas para detener una epidemia y medidas sanitarias sobre los viajes internacionales (como la vacunación).
- Asistencia a los Países Menos Avanzados (PMA): vacunación contra las grandes enfermedades infecciosas, aprovisionamiento de agua potable,

eliminación de residuos, protección maternal y erradicación de ciertas enfermedades.

- Un programa estatal de lucha contra el sida, entre sus objetivos está el acceso a los tratamientos, investigación, vigilancia epidemiológica, etc. Se denomina Programa sobre el SIDA (HIV/AIDS Programme)
- Garantizar el acceso a medicamentos de buena calidad, seguridad y eficacia mediante el programa de pre-evaluación de medicamentos. La OMS pre-evalúa los medicamentos de los laboratorios que lo piden para que instituciones como la UNICEF u otras puedan adquirir estos medicamentos con seguridad cuando se realizan licitaciones internacionales, en particular para países en vías de desarrollo que no pueden realizar esas evaluaciones por sus propios medios.

La OMS evalúa de dos formas el tema de la salud y el turismo por una parte y al turismo de salud en base a normas de calidad de quienes prestan estos servicios; en el primer caso se ejemplifica con las medidas tomadas por la gripe H1N1, respecto a la locomoción de turistas y la posibilidad de expansión del virus.

### **3.4 Vinculación de los organismos internacionales sobre el Turismo de Salud.**

Indudablemente el turismo de salud se encuentra íntimamente ligado con el tema comercial, desde hace mucho se ha reconocido la relación entre la salud y el turismo, por lo tanto también se consideran los beneficios económicos; como consecuencia de los viajes, que se derivan del contacto de los visitantes con el destino de salud que han escogido<sup>27</sup>.

Las cuestiones sanitarias relacionadas con los viajes y el turismo han fomentado fuertes vínculos de trabajo entre la organización mundial de la salud (OMS), y la organización mundial del turismo (OMT). La OMS ha establecido estándares sobre la calidad del agua potable, para fines recreativos y para tratamientos de tipo SPA.

---

<sup>27</sup> Es pertinente hacer la distinción entre el turismo de salud (por razones de salud) y el turismo y la salud (aplicación de medidas sanitarias respecto a las condiciones de salubridad de algunos destinos), por tanto la labor de los organismos internacionales vinculados se aplica de diferente manera.

No es sorprendente que el turismo sea visto como una luz de esperanza en todas las regiones del mundo que deben enfrentar crisis y endeudamiento, y que tratan de generar empleos y divisas promoviendo el turismo. Tales esperanzas son fuertemente alentadas por organizaciones internacionales como el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial, la Organización Mundial de Comercio (OMC) y la Organización Mundial de Turismo (OMT).

Otra alternativa que se presenta entre turismo y salud es la cooperación entre países y países y organismos internacionales que se produce como resultado de la colaboración entre países con o sin la participación de organismos internacionales.

Estudios realizados por la OPS/OMS en varios países de la región, demuestran la concientización en los sectores públicos y privados sobre la necesidad de desarrollar las ofertas de turismo de salud mediante estrategias y planes de acción que permitan acceder al mercado internacional.

Sin embargo, se deben agilizar la inserción al tema del sector público modernizado y competitivo; por parte del sector privado se requiere el aporte financiero e inversión. El Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial, la Organización Mundial del Turismo (WTO-OMT) y la Organización Mundial del Comercio (WTO-OMC) están llamando a los países en desarrollo a promover el turismo, para generar divisas y “combatir” la pobreza.

La Organización Mundial del Comercio celebra congresos en donde se discute sobre los servicios de turismo, interviniendo países en desarrollo, a quienes la OMC insta para la creación de condiciones que permitan el desarrollo por medio de la explotación de la diversidad turística.

Además, evalúa la situación actual del turismo internacional en relación con el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS) para poder debatir más libremente las cuestiones de interés, en el impulso económico del sector privado.

El entorno logístico competitivo aplica transportes e información por medio de comercio electrónico; se incluyen discusiones sobre el análisis de prácticas

anticompetitivas; y la practica de sistemas de interacción social económica enfocada a la industria turística internacional y su mercado.

La OMT pone especial énfasis en la necesidad de nuevas legislaciones, impuestos, tarifas reguladoras y condiciones para la inversión que beneficien a la población, además, de normas medioambientales. Todo lo anterior como requisito para una equitativa distribución de los beneficios derivados del turismo.

## CAPTULO IV.

### 4. EL COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS.

Se constituye de los sectores de aseguradoras, telecomunicaciones, turismo, cadenas hoteleras y compañías de transporte; agrupadas dentro del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios AGCS-GATTS, de la OMC.<sup>28</sup>

Con este acuerdo se aplica uniformidad entre las relaciones comerciales de servicios, la tajante aplicación de trato en las mismas condiciones a cualquier nación aplicando en términos generales y sin excepción la clausula de nación más favorecida. En virtud del AGCS, si un país permite la competencia extranjera en un sector deberán darse iguales oportunidades en ese sector a los proveedores de servicios de todos los demás miembros de la OMC. (Esto es aplicable aún cuando ese país no haya contraído compromiso específico alguno de otorgar a las empresas extranjeras acceso a sus mercados en el marco de la OMC.) Así mismo garantiza el acceso a mercados, al impedir cualquier tipo limitante al comercio, finalmente extiende el trato de nacional al inversor extranjero.

Los servicios, constituyen el componente mayor y más dinámico de las economías de los países desarrollados y en desarrollo, el sector de los servicios es el sector de más rápido crecimiento de la economía mundial y representa dos tercios de la producción mundial, un tercio del empleo mundial y cerca del 20 por ciento del comercio mundial<sup>29</sup>.

---

<sup>28</sup> Esta materia es sin duda una de las más importantes características de la ronda de Uruguay. En un plano operativo los trabajos y discusiones sobre la misma materia constituyen un fondo documental de gran interés para el futuro. El resultado final se estructura en torno a un acuerdo EL GATS de estructura muy similar al GATT aunque lógicamente con ciertas novedades derivadas de las especiales características de los servicios. De la iglesia Jesús, El orden económico mundial FMI BM y GATT Ed. Síntesis 1996.

<sup>29</sup> El comercio de servicios de salud en el nivel internacional es uno de los que más ha crecido en los últimos 15 años, este fenómeno es atribuible a la privatización y la apertura de los servicios médicos a la inversión privada, sea por parte de capitales nacionales o extranjeros; han contribuido también los desarrollos técnicos en los sistemas de transporte y de las telecomunicaciones que han facilitado no solamente los viajes internacionales de médicos y pacientes sino que han hecho más confiables y han disminuido considerablemente los costos para la transmisión de información y datos entre naciones. [mercosurconsulting.net/.../capitulo-iiiibr-gel-comercio-de-servicio](http://mercosurconsulting.net/.../capitulo-iiiibr-gel-comercio-de-servicio). El Comercio de Servicios de Salud Bajo El Tratado de Libre Comercio de América del Norte y Los Acuerdos Bilaterales Entre EE. UU. y Países Latinoamericanos. Fecha de Ingreso agosto 15 de 2009.

El Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios AGCS consta de tres elementos: el texto principal, que contiene obligaciones y disciplinas generales; los Anexos, que tratan de normas aplicables a determinados sectores; y los compromisos específicos contraídos por los distintos países de otorgar acceso a sus mercados, en los que se incluye la oportuna indicación cuando los países no aplican temporalmente el principio de la “nación más favorecida” (no discriminación).

El acuerdo abarca todos los servicios objeto de comercio internacional: por ejemplo, los servicios bancarios, las telecomunicaciones, **el turismo**, los servicios profesionales, etc. En él se definen cuatro medios o modos de suministro de servicios:

- Suministro transfronterizo servicios suministrados de un país a otro, comprendido en el modo 1).
- **Consumo en el extranjero, consumidores o empresas que hacen uso de un servicio en otro país (caso específico del turismo) comprendido en el modo 2.**
- Presencia comercial, empresas extranjeras que establecen filiales o sucursales para suministrar servicios en otro país, comprendido en el modo 3.
- Presencia de personas físicas, particulares que se desplacen de su país para suministrar servicios en otro, comprendido en el modo 4.

#### **4.1 Los servicios de turismo.**

Casi todos los Miembros de la OMC destacan la importancia del turismo, especialmente por su contribución al empleo y como fuente de divisas. El sector de los servicios de turismo, generalmente uno de los más dinámicos de la economía, hace un uso intensivo de mano de obra y mantiene numerosos vínculos con otros importantes segmentos de la economía.

Los servicios de turismo y los servicios relacionados con los viajes abarcan:

- Los servicios hoteleros y restauranteros
- Los servicios de agencias de viajes y logística.

- Los servicios de guías de turismo.

Según la Organización Mundial del Turismo, las llegadas de turistas internacionales alcanzaron los US\$ 903 millones en 2007, es decir, un aumento del 6,6 por ciento en relación con 2006. Las ganancias alcanzaron la cifra sin precedentes de US\$ 856.000 millones, a saber, un incremento en términos reales del 5,6 por ciento con respecto a 2006. Los ingresos por concepto del transporte internacional de pasajeros (la exportación de visitantes) se estimaron en US\$165.000 millones de dólares EE.UU., con lo cual los ingresos totales generados por el turismo internacional fueron superiores a US\$1 billón., lo que equivale a casi US\$ 3.000 millones por día. El número de Miembros de la OMC que han contraído compromisos en el sector del turismo supera los 125, es decir, más que en cualquier otro sector de servicios<sup>30</sup>.

#### **4.2 Los servicios de salud.**

El comercio internacional de servicios de salud está creciendo en muchos aspectos. Los profesionales de la salud se desplazan a otros países, de forma temporal o permanente, por lo general en busca de salarios superiores y mejores condiciones de trabajo. También se han incrementado notablemente las inversiones extranjeras de empresas hospitalarias y compañías de seguros de salud que procuran nuevos mercados. Además, son cada vez más los países que tratan de atraer a consumidores de servicios de salud de otros países<sup>31</sup>.

Los servicios de salud figuran entre los que han sido objeto de menos compromisos. Son menos de 50 (contando a las CE-27 como uno) los Miembros de la OMC que han asumido compromisos en alguno de los cuatro subsectores de los servicios de salud; la mayoría de los compromisos corresponden a servicios de hospital. El nivel

---

<sup>30</sup> [www.wto.org/spanish/tratop\\_s/.../tourism\\_s.htm](http://www.wto.org/spanish/tratop_s/.../tourism_s.htm) -Novedades en el sector SERVICIOS: POR SECTORES Servicios de turismo y servicios relacionados con los viajes. Fecha de consulta Junio 9 de 2009

<sup>31</sup> OMS-OMC (2002), "Los Acuerdos de la OMC y la Salud Pública: Estudio conjunto de la OMS y la Secretaría de la OMC".

de los compromisos en los servicios profesionales correspondientes es del mismo orden.

Con el desarrollo de la telemedicina (servicios médicos prestados mediante las telecomunicaciones), cobra importancia el suministro transfronterizo de servicios (modo 1). Sin embargo, son menos los compromisos en el modo 1 que en cualquier otro de los modos de suministro.

Algunos países ven en el tratamiento de pacientes extranjeros que entran en su territorio (modo 2) oportunidades interesantes de desarrollo económico. Tal como ocurre en otros sectores, los compromisos relativos al modo 2 tienden a ser más bien liberales porque los gobiernos disponen de posibilidades limitadas en cuanto a impedir que los consumidores obtengan tratamiento médico en el extranjero.

Los compromisos relativos al modo 3 (establecimiento por una empresa de filiales o sucursales para prestar servicios en otro país) ofrecen una vía de interés para los países que desean alentar las inversiones extranjeras en el sector de la salud. Más de 40 miembros han asumido compromisos, muchas veces sujetos a restricciones, como las pruebas de necesidades económicas (una prueba que aplica criterios económicos para determinar si se justifica por razones económicas la entrada en el mercado de una empresa extranjera), o limitaciones a la participación extranjera en el capital.

En general, los compromisos correspondientes al modo 4 (movimiento de personas físicas) siguen siendo de alcance limitado en este sector, como en todos los demás sectores de servicios.

Solamente se ha establecido en este sector una exención respecto del trato de la nación más favorecida NMF y la no discriminación.

#### **4.3 Comercio electrónico, E-Commerce.**

El e-commerce (Electronic Commerce) consiste en comprar y vender productos o servicios a través de sistemas electrónicos como Internet y otras redes computacionales. De la mano del Internet el intercambio del comercio electrónico

moderno usualmente se vale de la World Wide Web (WWW) en algún punto del ciclo de la transacción, aunque puede incluir otras tecnologías como el correo electrónico.

El e-Commerce es generalmente considerado como el aspecto de ventas de los e-Business o negocios electrónicos en la compra de bienes y servicios a través de la World Wide Web vía servidores seguros con tarjetas de compra electrónica y con servicios de pago electrónico como autorizaciones para tarjeta de crédito. El comercio electrónico consiste en la compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos, tales como el Internet y otras redes de ordenadores.

La cantidad de comercio llevada a cabo electrónicamente ha crecido extraordinariamente debido a la propagación del Internet. Una gran variedad de comercio se realiza de esta manera, estimulando la creación y utilización de innovaciones como la transferencia de fondos electrónica, la administración de cadenas de suministro, el marketing en Internet, el procesamiento de transacciones en línea (OLTP), el intercambio electrónico de datos (EDI), los sistemas de administración del inventario, y los sistemas automatizados de recolección de datos. El comercio electrónico moderno típicamente usa el World Wide Web por lo menos en un cierto punto en el ciclo de la transacción, aunque puede abarcar una gama más amplia de tecnologías, como el correo electrónico.

En 1995 los países integrantes del G7/G8 crearon la iniciativa Un Mercado Global para PYMEs, con el propósito de acelerar el uso del comercio electrónico entre las empresas de todo el mundo durante el cual se creó el portal pionero en idioma español Comercio Electrónico Global.<sup>32</sup>

El comercio electrónico establece la comunicación directa entre compradores y vendedores por medio de la Web, los sitios Web o el correo electrónico se informan sobre el carácter de la empresa, sus productos o servicios, al emplear el comercio electrónico las empresas, pueden llenar base de datos y formar el perfil del cliente

---

<sup>32</sup> [www.aplicacionesempresariales.com/los-e-commerce-o-comercio-electronico](http://www.aplicacionesempresariales.com/los-e-commerce-o-comercio-electronico). Los e-commerce o comercio electrónico. Por Daniel Martín Maldonado, en 5 de Junio de 2008. Fecha de consulta junio 9 de 2009

con el interés de extender el servicio, con ello se obtiene publicidad, promoción y servicio, el cliente por su parte tiene la opción de elegir entre la gama de sitios.

Los clientes rellenan formularios, con el objeto de que desarrollen una relación continua con la compañía, cuyo fin es informar tanto sobre los productos y servicios como obtener información sobre las necesidades que los clientes tienen sobre los mismos.<sup>33</sup>

Es importante que el destino turístico de salud se muestre parcialmente por medio de un acceso interactivo además se informe en catálogos los productos o tratamientos con sus listas de precios así el marketing de las empresas turísticas permite elevar las ventas con un poco de ingenio en la publicidad.

#### **4.3.1 Tipos de comercio electrónico.**

##### **4.3.1.1 Business to Business-B2B.**

B2B es la abreviatura comercial de la expresión anglosajona business to business: (comunicaciones de comercio electrónico) de empresa a empresa, por oposición a las relaciones de comercio entre empresas y consumidores (B2C), o las expresiones menos usadas empresas y gobierno (B2G) o empresas y empleados (B2E).<sup>34</sup>

El significado del término "comercio electrónico" ha cambiado a lo largo del tiempo. Originariamente, "comercio electrónico" significaba la transmisión de información referente a transacciones comerciales electrónicamente, normalmente utilizando tecnología como la Electronic Data Interchange (EDI), presentada a finales de los años 1970 para enviar electrónicamente documentos tales como pedidos de compra o facturas.

Más tarde pasó a incluir actividades que serían más precisamente denominadas "Comercio en la red", como la compra de bienes y servicios a través de la World Wide Web vía servidores seguros empleándose servicios de pago electrónico como autorizaciones para tarjeta de crédito o monederos electrónicos.

---

<sup>33</sup> [www.squadrigital.com](http://www.squadrigital.com) Comercio Electrónico. Fecha de consulta junio 9 de 2009

<sup>34</sup> [es.wikipedia.org/wiki/Comercio\\_electrónico](http://es.wikipedia.org/wiki/Comercio_electrónico) Fecha de consulta junio 11 de 2009

El B2B ha venido impulsado también por la creación de portales para agrupar compradores. Así, encontramos, por ejemplo portales de empresas de automoción, alimentación, químicas u hostelería, entre otros. Las compañías se agrupan para crear dichas páginas aglutinando fuerzas lo que les permite negociar en mejores condiciones.

En términos generales la expresión "business to business" (B2B) no se encuentra limitada al entorno electrónico, sino que hace una referencia de exclusión para destacar el origen y destino de una actividad que, por antagonismo no se refiere ni al "B2C", B2G, etc. Sólo por establecer un ejemplo de referencia, el B2B aplica a la relación entre un fabricante y el distribuidor de un producto y también a la relación entre el distribuidor y el comercio minorista... pero no, a la relación entre el comerciante y su cliente final (consumidor), relación esta última que quedaría ajustada entonces, al entorno del "B2C" (Business to Consumer).

**Ventajas del B2B** El comercio electrónico entre empresas es una utilidad más que aporta Internet y que ha experimentado un gran auge en los últimos años.

#### **4.3.1.2 Business to Employee-B2E.**

B2E, business to employee- Empresa a empleado. Es la relación comercial que se establece entre una empresa y sus propios empleados. Por ejemplo, una compañía aérea puede ofrecer paquetes turísticos a sus empleados a través de su propia intranet y, además de sus ofertas puede incluir las de compañías aéreas asociadas.

El B2E es una nueva demostración de las muchas aplicaciones que ofrece el comercio electrónico.

Pero no sólo eso, además el concepto se amplía a la propia gestión remota por parte del empleado de parte de sus responsabilidades dentro de los procesos de negocio de la empresa. Esto podría incluir facturación de comisiones de ventas, introducción de gastos de desplazamiento, etc. Es en definitiva un pequeño portal para la utilización de algunos recursos de la empresa por parte de los empleados de la misma, tanto en su quehacer cotidiano, como en la vida privada.

#### **4.2.1.3 Business to Business to Consumer-B2B2C.**

B2B2C designa una modalidad de comercio electrónico que agrupa el B2B (business to business) y el B2C (business to consumer). Se trata de una versión más sofisticada de lo que podría ser la simple superposición de los dos negocios. Con la misma plataforma online y la misma plataforma de distribución se trata de crear la cadena de valor completa desde que un producto o servicio se fabrica hasta que llega al consumidor final.

El B2B2C, también se emplea en algunos casos para definir a los mercados llamados "mercados diagonales" en Internet, plataformas en línea (online) que atienden tanto a transacciones comerciales entre negocios como entre negocios y consumidores finales. Por lo general estos mercados diagonales suelen ser proporcionados por fabricantes o mayoristas que proporcionan una diferenciación de precios y condiciones comerciales según se trate de una compra hacia un distribuidor o minorista (otra empresa) o un consumidor final o ciudadano.

#### **4.2.1.4 Business to Consumer-B2C.**

B2C Business-to-Consumer (del negocio al consumidor o al cliente). B2C se refiere a la estrategia que desarrollan las empresas comerciales para llegar directamente al cliente o usuario final.

A pesar del sentido amplio de la expresión B2C, en la práctica, suele referirse a las plataformas virtuales utilizadas en el comercio electrónico para comunicar empresas (vendedoras) con particulares (compradores). Por eso, el uso más frecuente es el comercio electrónico B2C.

El comercio electrónico B2C es una forma de venta con gran potencial a largo plazo; en la actualidad, lo están desarrollando los sectores de distribución de artículos de alimentación y consumo. Así, las grandes cadenas de distribución: supermercados, hipermercados, grandes almacenes ya disponen de portales propios para la venta a través de Internet.

B2C también se aplica a instituciones financieras y cualquier otro tipo de empresa que establezca relaciones comerciales directas con sus clientes a través de Internet.

El éxito de las transacciones electrónicas B2C depende de la fiabilidad de los sistemas de pago, que suelen ser a través de tarjetas de crédito, en otros casos se posibilitan otras formas de pago como contra reembolso, en efectivo o la utilización de servicios proporcionados por otras empresas como PayPal.

#### **4.2.1.5 E-mail marketing.**

E-mail marketing es una forma de marketing directo que utiliza el correo electrónico como medio de comunicación comercial o comunicación de mensajes a una audiencia específica. En su sentido más amplio, cada e-mail enviado a un actual o potencial cliente podría ser considerado e-mail marketing, sin embargo, el término se usa generalmente para referirse a:

- Enviar e-mails con el fin de mejorar la relación de un comerciante con sus actuales o anteriores clientes y para fomentar la fidelidad de los clientes de negocios y repetir.
- Enviar e-mails con el fin de adquirir nuevos clientes o convencer a los clientes actuales a comprar algo de inmediato.
- Añadir anuncios a los e-mails enviados por las demás empresas a sus clientes, y enviar e-mails a través de Internet, como e-mail y no existe fuera de la Internet.

#### **4.4 Comercio Electrónico y Servicios.**

La comercialización de servicios (o de productos intangibles) on-line se basa en el pago por acceder a una serie de contenidos o servicios publicados en la web, ya sea mediante un canon único o bien a través de una cuota periódica<sup>35</sup>.

Los principales factores implicados en este tipo de comercio electrónico son los siguientes:

- La gestión de los usuarios autorizados

---

<sup>35</sup> [www.proyectosbds.com/com-servicios](http://www.proyectosbds.com/com-servicios). Fecha de consulta junio 15 de 2009

- La seguridad de la transacción, tanto para el cliente como para el vendedor
- La gestión y mantenimiento de los servicios ofrecidos
- El control del uso que se hace de los privilegios de acceso
- El tratamiento de los datos del usuario
- La gestión de la facturación y las renovaciones periódicas en caso de haberlas

La exportación, es un aspecto importante dentro de la apertura comercial de un país, el cual consiste en la selección de un país, así como el producto que se desee exportar, de ésta manera se incrementa los beneficios, tanto del que exporta como del consumidor.

La comercialización por medio de espacios en el World Wide Web cuenta con los medios para hacer la promoción de productos o servicios basado en el adelanto tecnológico permitiendo el crecimiento con ello se crea una apertura comercial internacional donde cualquier exportador o productor puede proporcionar sus servicios o productos en cualquier tipo de mercado, haciendo que el cliente los tenga de manera visual.

A pesar de ello, un informe de la UNCTAD hace un llamado a la precaución: “Ni los ordenadores ni Internet pueden por si mismos aumentar pronunciadamente la productividad de un país o de una empresa”. Al mismo tiempo, su mensaje fundamental es optimista: “Es precisamente porque la revolución de Internet no afecta solamente a los sectores de tecnología avanzada y utilización intensiva de la información, sino también a toda la organización de la vida económica, por lo que sus efectos positivos se transmiten más rápidamente a la mayoría de los sectores de la economía y los países en desarrollo tienen posibilidades de participar en sus beneficios antes que en el caso de revoluciones tecnológicas anteriores”<sup>36</sup>.

---

<sup>36</sup> [www.nacionesunidas.org.mx](http://www.nacionesunidas.org.mx) Desde Vender Ovejas Hasta Transcribir Cintas Buenas perspectivas para el comercio electrónico en los países en desarrollo, dice un nuevo informe de la UNCTAD Fecha de consulta junio 15 de 2009

El diseño de la página se ha considerado un factor importante, debido a que el usuario quede atraído por esta, con el simple hecho de mirar, como si lo estuviera haciendo con un comercial publicitario, es por ello que muchas de las páginas se han hecho pensando en el usuario aunque únicamente entren a visualizarla.

No obstante, hace ya tiempo que una fuerza de trabajado “digital”, competente y moderna ha empezado a adquirir una ventaja competitiva para los países en desarrollo en un sector del comercio electrónico: el turismo, el cual es, en su punto de venta, poco más que un producto de información. El turismo, y su vertiente en Internet, lo que se podría llamar “turismo electrónico”, es uno de los sectores de más rápido crecimiento en el comercio electrónico<sup>37</sup>.

#### **4.5 Comercialización del Turismo de Salud.**

El turismo y la salud incide en la economía de los países, esta actividad económica representa una tendencia mundial ascendente y son parte importante de las políticas públicas a cargo de los gobiernos.

La actividad económica generada por todas las personas que viajan alrededor del mundo para recibir los servicios de salud que requieren, a igual calidad pero a mucho menor costo del que tendrían en su país de origen. Las ventajas hacia los pacientes inciden básicamente con los precios, entrando en función el tipo de cambio en el país o destino elegido, los cuales se vuelven más baratos.

Este sector ha crecido aceleradamente en el renglón cosmético, pero actualmente, se han estado demandando otros servicios en el área médica como cirugía en general y cosmética dental.

Desde la perspectiva del clúster el turismo de salud alcanza convertirse en un área de oportunidad para el desarrollo económico de una región, país o ciudad tomando en cuenta el valor económico y sus ventajas competitivas para su desarrollo. Así mismo la actividad turística de salud fomenta la explotación de sectores hoteleros,

---

<sup>37</sup>[www.nacionesunidas.org.mx/.../PR01120CElectronico.htm](http://www.nacionesunidas.org.mx/.../PR01120CElectronico.htm) Boletín ONU Naciones Unidas- Centro de Información para México, Cuba y República Dominicana 15 de noviembre de 2001. Fecha de consulta junio 15 de 2009

agencias médicas y agencias turísticas aprovechando el interés de miles de personas alrededor del mundo que articulan su viaje de ocio en el extranjero con tratamientos de salud.

Las agencias de viaje reconocen que el turismo de salud es un producto que ofrece ventajas a la hora de su comercialización, aquellas agencias de viajes " visionarias " que apostaron hace diez años por la red para lanzar sus folletos turísticos, están de enhorabuena. El turista del nuevo milenio programa sus vacaciones a través de internet<sup>38</sup>.

El impacto económico de este tipo de turismo se evidencia no sólo en los ingresos de divisas a partir del aumento del volumen de turistas y el promedio de gastos diarios, sino también en la ampliación del tiempo promedio de estadía, fuentes de empleo e inversiones en las instalaciones de servicios de salud y servicios auxiliares relacionados al sector de la salud.

El turismo y el turismo electrónico también son importantes para los países en desarrollo, creando empleo e ingresos de divisas. Según las estimaciones de la UNCTAD, el turismo representa al menos la mitad de todo el comercio electrónico en estos países, en los que es el primer rubro del comercio electrónico.

#### **4.6 Principales Causas del Auge del Turismo de Salud.**

- Mayor esperanza de vida en población de regiones como Europa y Estados Unidos.
- Aumento en los costos de salud, búsqueda a costos bajos.
- Colapso de sistemas de salud, población sin seguro médico.
- Población que realiza pago directo de servicios médicos.
- Internet.

En el turismo de salud, se puede diseñarse la estrategia mediante la creación de paginas web que giren alrededor de la prestación de procedimientos quirúrgicos, que brinden a los pacientes la oportunidad de recibir procedimientos médicos con mayor

---

<sup>38</sup> [www.boletin-turistico.com/pruebas/blog.asp?ID...](http://www.boletin-turistico.com/pruebas/blog.asp?ID...) EL BLOG DE MAYTE SUÁREZ - VALENCIA  
Boletin-turistico.com Fecha de consulta Junio 18 de 2009

prontitud y a un costo más bajo que en sus propios países; por ejemplo TERMAS WORLD, primera revista electrónica que nació en el ámbito de Internet, bajo el slogan "Sumérgete en la Cultura del Agua", ofrece a todos los internautas el periodismo científico termal y turístico.

Con el paso de los años nos llena de satisfacción observar que nuestro concepto de la aldea global de Internet, es hoy una herramienta indispensable para divulgar el estudio de termalismo y el turismo de salud. Además de una plataforma para promocionar proyectos empresariales en el sector termal y los avances en tratamientos y cosmética termal.<sup>39</sup>

El segmento de turismo de salud es una fuente de negocios con sustanciosos beneficios por la comercialización de productos, como las termas, balnearios o los spas, por medio del internet. Los elementos básicos de este triunfo son sencillos: catálogos que pueden personalizar con información muy completa, presentación clara de los establecimientos de los paquetes y división en dos partes bien diferenciadas, una correspondiente a balnearios y otra a hoteles de salud y belleza y centros de talasoterapia<sup>40</sup>.

CUADRO N° 1.

APLICACION DEL COMERCIO ELECTRONICO EN LA GESTION DE OPERACIONES DE LAS EMPRESAS TURISTICAS		
Area funcional	Aplicación o contribución del comercio electrónico	Herramientas y sistemas del comercio electrónico
Marketing .....	Promoción del producto. Nuevos canales de venta. Servicio al cliente. Reducción del tiempo de ciclo	B2B, B2C, Pedidos por Internet, Website de la empresa
Compras .....	Pedidos. Transferencia de fondos. Selección de proveedores.	EDI. Compra por Internet. EFT
Diseño del producto o servicio .....	Investigación de mercado. Diseño del producto o servicio. OFD.	Internet para intercambio de datos e información.
Producción .....	Planificación y control. Gestión de inventarios. Control de calidad.	B2B, ERP.
Ventas y distribución .....	Ventas por Internet. Selección de canales de distribución. Operadores logísticos.	Transferencia electrónica de fondos. Punto de venta on line. Sistema de código de barras. ERP. Suministro por Internet de productos.
Gestión de Recursos Humanos .....	Formación por Internet/Extranet. Selección de personal por Internet.	E-mail. Web interactivos. Aplicaciones multimedia en servidores web.
Desarrollo de proveedores .....	Asociación, cooperación y desarrollo de proveedores	Selección de proveedores asistida por Internet. Comunicación electrónica.

Fuente: BUHALIS, D. (1998): Strategic use of information technologies in the tourism industry. Tourism Management.

<sup>39</sup> Mayte Suárez Santos Editora Termas World. Fecha de consulta junio 18 de 2009

<sup>40</sup> El viaje empieza en Internet. Por Mayte Suárez Fecha de consulta junio 18 de 2009

La comercialización del turismo de salud por medio del comercio electrónico combina un sitio web para transacciones de empresa a consumidor (B2C), un portal intraempresarial (B2B) para productores turísticos, servicios electrónicos para la comunidad empresarial y actividades de mercadotecnia.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> Desde que se comenzaron a comercializar productos turísticos en Internet, el sector no ha dejado de crecer. Hoy, las ventas totales del mercado turístico europeo son de 260 mil millones de euros, pero la parte online factura 54800 millones de euros, algo más del 21% del total Carl H. Marcussen, del Centre for Regional and Tourism Research de Dinamarca.

## CAPITULO V.

### 5. EL MERCADO INTERNACIONAL DE TURISMO DE SALUD.

#### 5.1 El mercado.

El mercado se compone de una zona geográfica y del producto o servicios como esencia, constituyendo la oferta, la demanda es comprendida por los clientes quienes consumen los productos o servicios; en la propia dinámica del mercado se enfrenta a condiciones que lo modifican, en la actualidad el comercio se maneja en tres tipos de mercados:

- Mercado Internacional: Es aquel que se encuentra en uno o más países en el extranjero.
- Mercado Nacional: Es aquel que abarca todo el territorio nacional para el intercambio de bienes y servicios.
- Mercado Regional: Es una zona geográfica determinada libremente que no coincide de manera necesaria con los límites políticos.

En sentido más específico el mercado de turismo de salud hay que relacionarlo con el mercado de servicios.

El mercado de servicios, está constituido por aquellos mercados en los que los compradores individuales o familiares adquieren bienes intangibles para su satisfacción presente o futura, ejemplo: los servicios, la lavandería, enseñanza, sanidad, etc<sup>42</sup>.

#### 5.2 El Gobierno y el mercado.

Como cualquier actividad comercial el apoyo del gobierno es importante desde el punto de vista de las condiciones<sup>43</sup>, las cuales son entendidas como la labor

---

<sup>42</sup> [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com) Las organizaciones y su evolución - grupos de trabajo internos y externos Autor: Gabriel Dugarte. Fecha de consulta junio 18 de 2009

<sup>43</sup> El debate sobre el papel del gobierno en la economía se ha fundamentado básicamente en dos posturas. Por un lado, los que afirman que el sistema de precios no es suficiente para hacer eficiente a la economía y que, por lo tanto, es necesario que el gobierno intervenga para planear, coordinar y controlar el sistema económico y superar las deficiencias del libre mercado. Por otro lado, hay quienes que mantienen una postura ortodoxa y sostienen un modelo que tiende a que permanezca una intervención del gobierno moderada, pero muy significativa, en la economía.

realizada por los entes comerciales involucrados entre el conglomerado institucional que posee un Estado, para encausar en la dinámica del comercio internacional, estas condiciones lógicamente no aceptan involucramiento pleno en las actividades que los entes privados realicen como el proteccionismo o el favorecimiento hacia un ente o empresa nacional lo cual caería en una falta plena al libre comercio.

El gobierno respecto a la empresa posee las siguientes facultades:

- Permiso de los gobiernos para funcionar.
- Extensión de diversos registros, licencias y permisos.
- Las empresas requieren que el sistema judicial proteja sus derechos de propiedad, vele por el cumplimiento de los contratos y resuelva las disputas comerciales.
- Los gobiernos protegen a los consumidores frente a las empresas determina e impone los límites de contaminación.
- También la política del gobierno puede promover los negocios, los gobiernos atienden las necesidades que están fuera del alcance de las fuerzas del mercado.

Los mercados y los gobiernos trabajan asociados, tal relación se establece en base a las normas legales gubernamentales que facultan relaciones de derechos recíprocos en el intercambio comercial de los mercados. Para que los mercados funcionen efectivamente deben crearse condiciones de competitividad, sería imposible valerse sin una guía o estrategia por si solo dentro de los mercados.

Las leyes constituyen el instrumento de la política pública para evitar esta colusión anticompetitiva y las fusiones. La actuación pública complementa las fuerzas del mercado apoyando las condiciones que favorecen la competencia; otra capacidad de los gobiernos es fomentar la competencia en los mercados con la reducción de las barreras comerciales y otras prácticas que desmotiven la inversión de bienes y servicios provenientes del extranjero.

Entre las razones que se plantean sobre el involucramiento del gobierno con el mercado se encuentran:

- La globalización dentro del proceso económico.<sup>44</sup>
- El crecimiento del comercio internacional y la internacionalización de las economías quienes otorgan al gobierno un papel en los procesos económicos.
- Las inversiones en los países de Europa del Este.
- El apareamiento de nuevos polos comerciales dentro de los países subdesarrollados y la colocación de los grandes países en el esquema del comercio internacional por medio de bloques comerciales.

Ahora bien en que medida la intervención gubernamental promueve el crecimiento y la competitividad de la industria nacional.

En muchos países en desarrollo el intervencionismo gubernamental instaura grandes aparatos institucionales y medidas proteccionistas encaminadas a determinadas industrias, que más tarde finalizaron en el retraso económico, inflación, desempleo y la crisis de la deuda. En los países asiáticos, los gobiernos por medio de la identificación o creación de ventajas competitivas han promovido sus economías en nuevos mercados, elevando el desarrollo y el factor económico.

Los países desarrollados se apoyan en el libre mercado y la rentabilidad de las empresas, ubicaron las áreas en las cuales el gobierno debía operar y en las áreas en donde tendría otra tarea como la promoción de la actividad privada.

Entonces la aplicación gubernamental debe estudiarse en base a una propia especialización del mismo Estado y el aparato gubernamental que pueda identificar por medio de la economía de mercado donde inmiscuirse.

### **5.3 El mercado turístico.**

El mercado turístico es donde confluye la oferta y la demanda turística, la oferta turística se basa en unos recursos e infraestructuras para atraer y prestar los correspondientes servicios a los turistas. Estos productos y servicios turísticos deben competir en el mercado frente a otros para conseguir una sólida demanda.

---

<sup>44</sup> El proceso económico, consiste en la satisfacción de las necesidades y se compone de la producción, promoción y comercialización de los bienes o servicios.

La demanda turística es el conjunto de turistas que están motivados por una serie de productos y servicios turísticos para cubrir sus necesidades de descanso, recreo, salud, esparcimiento, negocios.

#### **5.4 Mercado Internacional en Turismo de Salud.**

La gente viaja por diversas razones, pero sin embargo la principal y más antigua es por reconfortarse y sentirse saludable. Al hablar de turismo de salud a nivel internacional, se ubican a destinos con amplias ventajas comparativas y competitivas, sobre la diversidad de productos o servicios a ofrecer, siendo estos en su mayoría países en desarrollo quienes presentan variables interesantes a considerar, tales como redes hoteleras, sistemas de aeropuertos, servicios restauranteros, autopistas, telecomunicaciones, servicios turísticos.

Por parte de los gobiernos se requiere, la facilitación de una legislación firme y efectiva dirigida a la creación y ejecución de condiciones comerciales en base a estándares de calidad nacionales e internacionales; así mismo en relación a la protección del individuo, la toma de medidas de seguridad y el establecimiento de un aparato migratorio, el cual permita la efectividad de la actividad consular.

Las capacidades del turismo de salud en los últimos años, se han desarrollado aceleradamente cada día surgen redes dedicadas al establecimiento y explotación centros de salud y baños termales como áreas de relajación y de vacaciones, por tal motivo el mercado de turismo de salud se enfoca directamente sobre la demanda por recobrar el bienestar físico y mental.

La asociación en clusters o encadenamientos comerciales de atención profesional, en dichas áreas permite adquirir una buena atención ya que todo lo funcional estará a disposición del demandante del servicio, es así como se parte de programas orientados desde los servicios básicos hasta los más sofisticados tratamientos<sup>45</sup> ofreciendo en su variedad especialización, basándose de la competencia interna para crear un estándar a nivel mundial desde su propia región.

---

<sup>45</sup> En la mayor parte de los casos estos servicios médicos forman parte de un paquete turístico y se dispone de recursos especiales de alojamiento para estos fines.

Tradicionalmente el turismo por razones de salud o turismo terapéutico estuvo relacionado con el turismo de esparcimiento, combinándose el viaje de placer con la atención de problemas de salud, generalmente se vinculo a capas sociales de alta capacidad económica y el flujo de turistas era de países subdesarrollados hacia los países desarrollados, o entre países desarrollados entre sí<sup>46</sup>.

Paradójicamente el turismo de salud marca una tendencia favorable en mercados de regiones subdesarrolladas, persiste el alto coste de estos servicios en los países desarrollados,<sup>47</sup> a pesar de que en la mayoría de los casos los servicios de salud público son precarios y los servicios privados se encuentran en auge, pero aun en condiciones de desventaja al no estar completamente preparados para competir internacionalmente.

En relación a los países mejor posicionados, se encuentran:

- Cuba.
- Países Asiáticos.<sup>48</sup>
- Argentina.
- Alemania.
- República Checa.
- España.
- Francia.
- Nueva Zelanda.

---

<sup>46</sup> [www.depaginas.com.ar/monografias\\_apuntes.php?...](http://www.depaginas.com.ar/monografias_apuntes.php?...) Turismo. Fecha de consulta marzo 27 de 2009

<sup>47</sup> Según Bohn Melch hay que recordar, además, que el mercado turístico internacional está muy concentrado. 80% de los turistas internacionales pertenecen a las veinte naciones más desarrolladas. Uno de cada cinco turistas internacionales vive en Estados Unidos, Alemania, Francia, Japón y Gran Bretaña. Para la próxima década se espera el ingreso de China a esa lista de cinco naciones con más emisión de turistas; pero no hay que esperar cambios demasiado profundos en este esquema de turismo internacional. En todo caso, el estancamiento poblacional de Europa le hará perder de algo de presencia en el mercado global.

<sup>48</sup> En el 2005, India celebró su primera Expo de Turismo de Salud en Londres, con el objeto de promover la industria en toda Europa. En este momento se estima que para el 2011 el turismo de salud contribuirá en un billón de dólares anuales al PIB del país, y en el caso de Tailandia y Singapur, el pronóstico es que para el 2012 la industria genere entre 2 y 3 billones de USD. Jasmin Garraway Directora de Turismo Sostenible de la Asociación de Estados del Caribe.

- Rumania.
- Uruguay.
- México.

### **5.5 Implicaciones económicas del mercado turístico de salud.**

- El turismo de salud generó una ganancia económica de US\$ 25 mil millones en 2008<sup>49</sup> ofertando productos y servicios médicos, tradicionales y no tradicionales, dentales, farmacéuticos y turísticos.
- Se estima que el turismo de salud proyecte para el 2012 unos US\$40 billones.<sup>50</sup>
- Al definirse nuevos proyectos en base al modelo de clúster, se estarían generando nuevos empleos por cada área comprendida en el turismo de salud.

En general, el mercado que emprenda acciones de inversión como: introducir condiciones que favorezcan la explotación de la infraestructura médica, tecnología de punta y calidad del recurso humano para satisfacer la demanda, creará ganancias de casi el 50% sobre la inversión en un mediano plazo.

### **5.6 Análisis de los principales mercados internacionales en Turismo de Salud.**

Para fines de la investigación se dividen las siguientes áreas geográficas:

- Turismo de Salud en Asia.
- Turismo de Salud en Europa.
- Turismo de Salud en América.
- Turismo de Salud en el Caribe.
- Turismo de Salud en Centroamérica.
- Turismo de Salud en Guatemala (capítulo VI).

---

<sup>49</sup> [eldiario.com.co/.../epicentro-de-turismo-de-salud-en-veinte-frentes090808.html](http://eldiario.com.co/.../epicentro-de-turismo-de-salud-en-veinte-frentes090808.html) Fecha de consulta agosto 15 de 2009

<sup>50</sup> [www.actualidad-e.com/main.php?...126](http://www.actualidad-e.com/main.php?...126) Turismo médico: Una opción hoy más que nunca. Por JORGE ANDRÉS DUARTE 08 de marzo del 2009. Fecha de consulta agosto 15 de 2009

En cada caso se exponen en búsqueda de ventaja comparativa, conformación del sector evidenciando elementos como: hotelería (tipos de alojamiento), transportes (variedad), infraestructura, telecomunicaciones (promoción y servicios) tratamientos, políticas estatales, políticas regionales, situación política, económica y de seguridad de la región, atractivo turístico, número de profesionales capital humano, situación medioambiental, además de la matriz FODA correspondiente.

#### **5.6.1 Turismo de Salud en Asia.**

El turismo de salud en Asia cuenta con un acelerado desarrollo, personas de diversos países buscan ésta alternativa por su bajo costo y la muy buena calidad de sus tratamientos médicos, resultando en una de las más exitosas experiencias en turismo de salud a nivel mundial.

El mercado turístico de salud en Asia, se hace notar la no inclusión de países del oriente medio o ex repúblicas soviéticas, debido a su reciente entrada en este tipo de turismo o su inestabilidad política, sin embargo se puede mencionar que en un futuro no lejano se incluirán países como los Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudita, Nepal, Uzbekistán Kazajistán, Kirguistán, Irán e Israel; al ampliarse la zona geográfica del mercado asiático, de los cuales se obtendrán nuevas alternativas tanto en el aporte cultural que el destino ofrece, como en tratamientos propios aún no explotados, en el caso de Turquía presenta características similares a los países europeos, aunque su propia historia la ubican en un lugar especial, al ser puente entre dos continentes y conflagración de culturas.

En los países asiáticos se han creado departamentos especializados en búsqueda de impulsar el turismo médico en sus países, por medio de políticas. Son considerables los hospitales y clínicas que han creado y han crecido económicamente al dedicarse a atender especialmente a pacientes internacionales, además la calidad de los tratamientos hace que muchos médicos de otras regiones del mundo se especialicen y obtengan certificaciones, logrando exportar los

conocimientos adquiridos y elevar el nivel de competitividad en la región donde ofrecen sus servicios<sup>51</sup>.

La competencia es grande en Asia muchas firmas dedicadas al turismo de salud buscan nuevos mercados en donde China, India y Malasia, mantienen feroces estrategias de mercadeo para atraer al a demanda de pacientes extranjeros y firmas para la inversión. Parkway Holdings y Bumrungrad se encuentran entre las acciones de hospitales más caras del mundo debido a sus fuertes prospectos de crecimiento, según los analistas, un resultado de sus agresivos planes de expansión<sup>52</sup>.

El mercado de turismo de salud asiático se ha convertido en el destino más popular para los turistas médicos en el mundo. Este mercado es muy competitivo, brindando alta calidad desde lo medicinal lo estético y los paraísos naturales de esa área estimulando las economías, por parte de los gobiernos de la región, resaltan la necesidad de desarrollar el turismo de salud.

El turismo de salud está creciendo rápidamente en Asia, con gran número de médicos y de turistas, los países de Asia marcan un aumento de aproximadamente 20 a 30 por ciento cada año. Con un crecimiento que ronda el 25 anual, el turismo de servicios médicos alcanzará un valor de 2.000 millones de dólares en el año 2010 en la India, informó en un comunicado el Ministerio de Turismo<sup>53</sup>.

Los principales países de Asia, como, India, Malasia, Singapur, Tailandia y en menor medida China, son por excelencia los principales focos en donde el turismo médico alcanza dimensiones económicas sumamente significativas, los gobiernos de la

---

<sup>51</sup> En Hungría las expertas masajistas aprenden los secretos y las técnicas del Masaje Thai en la Escuela de la Orden Monástica de WAT PO, iglesia de Bangkok. Estas obtienen el certificado Máster de Masaje Tailandés y un año de experiencia. Copyright © Rutas Saludables 2001.

<sup>52</sup> Turismo de salud propulsa acciones de hospitales de Asia Wee Sui Lee. Fecha de consulta abril 12 de 2009

<sup>53</sup> [www.eleconomista.es/.../Turismo-medico-llegara-a-2000-millones-dolares-en-2010-según-Gobierno-indio](http://www.eleconomista.es/.../Turismo-medico-llegara-a-2000-millones-dolares-en-2010-según-Gobierno-indio). Fecha de consulta agosto 14 de 2009

región esperan que el turismo de salud fomente el crecimiento económico con sus variados nichos, se beneficien del aumento del turismo de la salud en Asia<sup>54</sup>.

En países como la India, Singapur y Tailandia, el turismo de salud ha experimentado un crecimiento enorme como industria privada, ya que estas naciones han llegado a conocerse como destinos que prestan servicios de salud a bajos costos.

El turismo de salud es potencialmente un gran negocio en Asia y se esperan al menos 1,3 millones de turistas de la salud de Asia, Europa y Estados Unidos que vuelan a Singapur, Tailandia o Malasia cada año en busca de tratamiento médico, Singapur, Bangkok y Malasia se han posicionado bien.

En el caso específico del turismo de salud en la India está creciendo a una tasa de 30 por ciento por año, siguiendo esta tendencia se proyecta que la India ganará 2,2 millones de dólares al año a través de turismo de salud en 2012. Un millón de pacientes extranjeros cada año, son las estimaciones para Singapur, con ganancias que superan el millón y medio de dólares al año. Singapur tiene la reputación de poder manejar cirugías complicadas, como los trasplantes hepáticos o cardíacos. Singapur quiere atraer a un millón de pacientes extranjeros al año para el 2012, respecto de los 400.000 que logró en el 2006<sup>55</sup>. Malasia, espera ganar hasta 590 millones de dólares. En general, el turismo de salud en Asia espera que crezca de aproximadamente 500 millones de dólares a 4 mil millones de dólares para 2012.

La competencia de los mercados en Asia se ejemplifica de la siguiente manera: En Tailandia, el mayor aliciente son los bajos costos. Un bypass cardíaco en Bangkok cuesta aproximadamente 12.000 dólares, comparado con los 20.000 dólares que cuesta en un hospital de Singapur y 150.000 en uno de Estados Unidos, según Macquarie Research<sup>56</sup>.

---

<sup>54</sup> [ascanio.blogspot.com](http://ascanio.blogspot.com) Fecha de consulta abril 12 de 2009

<sup>55</sup> [noticias.terra.com/articulo/html/act893739.htm](http://noticias.terra.com/articulo/html/act893739.htm) Fecha de consulta abril 12 de 2009

<sup>56</sup> Turismo en el quirófano: Botox 5 estrellas [www.tendenciasplus.com/contenidos/ver/319](http://www.tendenciasplus.com/contenidos/ver/319) Fecha de consulta abril 12 de 2009

La ubicación estratégica de Tailandia la ha convertido en el centro del turismo de salud en Asia, como resultado de su experiencia y avances en la investigación y el desarrollo de médicos, el país ha alcanzado un reconocimiento internacional en el tratamiento de enfermedades infecciosas, dolencias ortopédicas, y cirugías cosméticas y reconstructivas, por mencionar algunas.

Tailandia ha empleado varias estrategias ejemplares para mantener el crecimiento de su industria de turismo de salud y bienestar, por ejemplo, la Thai Spa Association y el Estado están trabajando en colaboración para desarrollar estándares específicos de calidad, así como también una legislación, certificación y normas para la industria de balnearios.

### 5.6.1.1 Turismo de Salud en Asia, análisis FODA.

CUADRO N° 2.

Análisis FODA	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alto nivel en técnicas de medicina natural de relajación.</li> <li>• Ventajas respecto a destinos de playa.</li> <li>• Visión sobre la explotación de los recursos en turismo de salud.</li> <li>• Inversión sobre el sector de turismo de salud, en iniciativa privada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de variedad en la oferta turística del tipo de destino.</li> <li>• Perdidas para el sector turístico de salud respecto al choque ideológico cultural.</li> </ul>
	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atracción de inversión, uso de capitales extranjeros.</li> <li>• Rezago de la competencia referente al destino de playa.</li> <li>• Establecer parámetros de calidad, sobre servicios.</li> <li>• Especialización del recurso humano en relación de otros mercados de turismo de salud.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Constante inestabilidad política, social y económica.</li> <li>• Inexistencia de políticas regionales.</li> <li>• Surgimiento de otros mercados en turismo de salud con mayores alternativas.</li> <li>• Variantes climatológicas, sujeto a desastres naturales</li> <li>• Surgimiento de grupos terroristas/piratas.</li> </ul>

Elaboración propia, en base a la interpretación de la investigación realizada.

La situación del turismo de salud en Asia es favorable con predominio de sus fortalezas y oportunidades, por lo que tiene que concentrar sus esfuerzos en sus potencialidades para eliminar o disminuir la intensidad de las debilidades respecto a la variación de los productos de salud a ofertar y sobrellevar el impacto económico y de seguridad de las amenazas.

## Turismo de Salud en Asia.

Elementos	Estad.
Transportes	****
Telecomunicaciones	*****
Políticas estatales	****
Situación política, económica y de seguridad de la región	***
Numero de profesionales o capital humano	****
Situación medioambiental	***

Elaboración propia, en base a la interpretación de la investigación realizada.

### **5.6.2 Turismo de Salud en Europa.**

Este tipo de turismo, se ha empezado a extender dentro de la Unión Europea, en los últimos años, esto lleva implícito el aval de todas las reglas de calidad que se manejan en la UE, además responde a la alternativa de quedarse con los turistas de salud que buscan otros destinos, lo cual quiere decir que se están reinventando las ofertas en los tratamientos. Este mercado se vale de estrategias dirigidas a la confianza y el evitar las incómodas intersecciones al viajar<sup>57</sup>.

La herencia de la URSS queda plasmada a el nivel medico en países como Hungría, Letonia y Bulgaria, estos se encuentran en un área geográfica muy accesible, sus tratamientos son mucho menos costosos, cuentan con excelentes médicos de calidad, compiten con los centros medicinales de tradición como el Reino Unido, Alemania e incluso España. Una de las barreras más importantes para la exportación de servicios de salud lo constituye el idioma, en el caso de los ciudadanos españoles, se desplazan hacia América, mientras otros pacientes de otras naciones buscan la facilidad tanto de la libre locomoción de personas como el efectivo desplazamiento del Euro.

La Unión Europea y su política de fronteras abiertas permite el tráfico de pacientes y médicos a través de los países miembros; sin embargo se deben cumplir con ciertas regulaciones tales como la garantía de reciprocidad, es decir poseer las mismas capacidades en asistencia tanto en un país como en otro, también se estudian los tipos de intervenciones y se cualifican a los pacientes.

A pesar de encontrarse en un área común se deben luchar con aspectos culturales como creencias sobre los propios tratamientos y el modo de enfrentar las enfermedades o dolencias. Así mismo se permite la libre asociación entre los

---

<sup>57</sup> También las políticas a nivel supranacional consideran el desarrollo turístico con elementos tan importantes como el Tratado de Maastricht en 1992 (libre tráfico de personas y mercancías, ciudadanía europea,...), y en el 1995 la entrada en vigor Schengen y se eliminan los controles fronterizos en los países de la UE.

Estados con el fin de crear un mercado fuerte y competitivo a través de la cooperación y la firma de tratados.

Un caso singular es el de Inglaterra; debido al precio de los tratamientos en las clínicas privadas los británicos, buscan adentrarse en el continente, al denominado turismo de bisturí; en países como Alemania<sup>58</sup>, Francia y Bélgica, estos viajes a veces, son promovidos desde la propia administración estatal, esto se debe en parte a la preocupación gubernamental por evacuar la demanda de servicios de salud públicos.

En Europa hay agencias especializadas en organizar estos viajes y garantizan un ahorro de hasta un 80% sin perder el valor de calidad. Y, por supuesto, pudiendo visitar hermosos paisajes de la vieja Europa, Europa aprovecha la tecnología y hace eficiente el contacto entre el proveedor de los servicios médicos de turismo y el paciente por medio del comercio electrónico organizando los vuelos, los tours y las operaciones casi en un solo clic.

Las intervenciones más comunes en el mercado europeo son: la cirugía estética aumento mamario, rinoplastia, liposucción, abdominoplastia, oftalmología, odontología<sup>59</sup>, esta última merece destacarse, dentro del denominado turismo dental, especialmente desde que se ha avanzado tanto en implantología en los

---

58 Un país para relajarse y disfrutar: en Alemania el turismo de bienestar y salud vive un auge extraordinario desde hace varios años. Según el Anuario Turístico Alemán 2007, el 69 por ciento de los turistas alemanes sitúa unas vacaciones de bienestar y de salud a la cabeza de su lista de preferencias. También sigue en aumento el número de los turistas extranjeros que se deciden a pasar unas vacaciones de relax en uno de los 330 balnearios y centros termales oficialmente reconocidos de Alemania. Desde el masaje tradicional hasta la terapia energética china Qi Gong, entre las costas del Mar del Norte y del Báltico y los Alpes existe una gran oferta de hoteles especializados en vacaciones de bienestar y spa. Son muy populares los balnearios tradicionales de la costa báltica, como el de Heiligendamm, el más antiguo y quizás el más selecto de Alemania, con su Gran Hotel, que en 2007 recibió el premio al mejor hotel de playa de Europa. El sur del país tiene sus mejores bazas en el clima medicinal, las fuentes termales y los baños de heno: el balneario de Baden- Baden, en Baden-Wurtemberg, y la región del Allgäu, en Baviera, son destinos turísticos de bienestar y salud muy conocidos y concurridos. Lo que muy pocos saben: 32 balnearios y fuentes termales convierten al Estado Federado de Hesse, en pleno corazón de Alemania, en región líder del termalismo.

59 Polonia es uno de los países con más clínicas odontológicas le siguen Chipre, Hungría, Bulgaria o Letonia.

últimos años, sin embargo el costo de los avances tecnológicos se reflejan en el precio, siendo estos muy elevados.

Una fuerte competencia se desarrolla en relación de costos en paquetes dentales, únicamente en implantes suele partir de los 3.000 euros en España; ese mismo procedimiento en Polonia cuesta alrededor de 700. La oferta suele incluir el vuelo, los transportes en la ciudad y servicios dentales completos. Las clínicas suelen pedir a sus clientes radiografías recientes y todo el historial médico necesario para garantizar un servicio seguro. En una semana se suelen realizar todos los tratamientos, salvo algunos como los implantes que requieren alguna visita posterior a los 4 ó 6 meses para terminar de colocarlos.

Hungría es un destino privilegiado para el turismo de salud. Su gran potencialidad reside en la calidad termal del subsuelo, la mayoría de aguas cuentan con propiedades curativas y medicinales, además posee fama de balneario de verano, debido a una cultura balnearia aplicando la trayectoria turística en el nuevo milenio.

Hungría es considerada como la capital termal de Europa, pues cuenta con 66 balnearios acreditados de los cuales 9 están ubicados en la capital Budapest. Además de 56 hoteles balnearios dentro de su red hotelera. Se han contabilizado unas 385 ciudades con balnearios de las cuales 13 se le han otorgado certificado de espacio saludable, de los 1.372 manantiales termales actualmente conocidos, casi 300 son utilizados como baños y uno de cada diez están en la capital. Eso significa que hay más de 130 manantiales minerales y medicinales en Budapest. Unas 221 fuentes de aguas minerales y 203 manantiales de aguas medicinales.

Al igual que Hungría, Bulgaria también tiene la suerte de contar con numerosos manantiales de agua mineral con propiedades curativas. Bulgaria, se encuentra completamente adaptada a los estándares europeos de salubridad, asimismo sus niveles de contaminación son bajos en las grandes ciudades, no se diga en el

campo. Bulgaria cuenta con 49 áreas protegidas, 17 reservas de la biosfera (el mayor número en Europa) y 7 parques naturales.<sup>60</sup>

Actualmente Bulgaria se establece como un destino popular para este tipo de turismo. La mayor parte de Bulgaria brinda los siguientes servicios: piscinas de agua mineral, SPA, sauna, etc. y como no es de faltar personal cualificado en salud y bienestar.

### 5.6.2.1 Turismo de Salud en Europa, análisis FODA.

CUADRO N° 3.

Análisis FODA	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las reglas de calidad.</li> <li>• Libre locomoción de personas.</li> <li>• Circulación del Euro como moneda única.</li> <li>• Garantía de reciprocidad.</li> <li>• Tradición en el manejo de tratamientos SPA.</li> <li>• Estudios avanzados en medicina tradicional y alternativa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elevados costos en los tratamientos.</li> </ul>
	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los turistas de salud con alto poder adquisitivo</li> <li>• Captación de turistas de salud mediante la saturación del sistema de salud.</li> <li>• Desarrollo de dos mercados dedicados al turismo de salud</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aspectos culturales como creencias sobre medicina.</li> <li>• Nuevos mercados en turismo de salud con mayores alternativas en su oferta.</li> </ul>

Elaboración propia, en base a la interpretación de la investigación realizada.

<sup>60</sup> [www.whichbulgarianproperties.com](http://www.whichbulgarianproperties.com) Fecha de consulta junio 12 de 2009

Europa respecto al turismo de salud tiene una situación sumamente favorable con supremacía de sus fortalezas y oportunidades, el inconveniente en el cual debe concentrarse es el costo de los tratamientos y diversificar su oferta, sin embargo con este tipo de mercado se presupone autosuficiente.

### **Turismo de Salud en Europa.**

<b>Elementos</b>	<b>Escala</b>
Transportes	*****
Telecomunicaciones	*****
Políticas estatales	****
Situación política, económica y de seguridad de la región	****
Numero de profesionales o capital humano	****
Situación medioambiental	

Elaboración propia, en base a la interpretación de la investigación realizada.

### **5.6.3 Turismo de Salud en América.**

Ciertos países del continente como México, Costa Rica, Colombia, Brasil, Uruguay y Argentina incursionan decididamente en esta actividad. Cuba ha desarrollado este tipo de turismo ofreciendo servicios médicos a pacientes de América Latina el Caribe, Norteamérica y parte la demanda europea al ofrecer algunos tratamientos novedosos y eficaces en algunas patologías y en general a costos inferiores al de los países de origen de los pacientes Durante los últimos años, la extensión del turismo de salud de los países subdesarrollados ha permitido a sectores relativamente modestos económicamente acceder a tratamientos que requieren de tecnología de punta y cuyos costos son inaccesibles para ellos en países desarrollados.

Al hablar de estos destinos se hace referencia al grado de especialización con que cuenta cada uno de ellos en sus áreas turísticas y la diversificación en tratamientos que ofrecen.

A continuación se exponen los casos de los mercados de turismo de salud en:

- México
- Canadá
- Argentina
- Uruguay

México cuenta con una industria turística establecida, posee excelentes sociedades o conglomerados especializados lo cual permite explotar e invertir al máximo en base a sus ventajas competitivas, como sus playas el clima agradable y la diversidad de actividades culturales que en su vasto territorio se pueden disfrutar, además el nivel de inversión queda reflejado en la infraestructura y el buen manejo de relaciones a nivel internacional beneficiándose tanto de su posición geográfica y a los diversos acontecimientos y eventos históricos que se han desarrollado en ese país.

El turismo de salud, mexicano constituye uno de los mercados con el cual compite el turismo de salud guatemalteco, debido al legado cultural, su proximidad geográfica y a la utilización de terapias alternativas de herencia precolombina.

México, en su mercado de turismo de salud ubica las regiones los Estados de Coahuila, Estado de México, Guanajuato, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Puebla, Morelos y las zonas playeras del Caribe mexicano destacando Cancún, Quintana Roo entre otros, donde se prestan servicios de SPA y medicina alternativa, enlazando las propiedades químicas y físicas, de la medicina con la recreación, esparcimiento, restablecimiento y recuperación del cuerpo humano.

En México, el manejo de las aguas termales, han permitido el desarrollo de las industrias de los parques acuáticos y balnearios en combinación con el SPA, los establecimientos spa no necesariamente cuentan con aguas termales, pero en cambio ofrecen una amplia variedad de servicios con fines de estética, medidas preventivas para la salud y bienestar<sup>61</sup>, incursionando en esta actividad adoptando los estándares mundiales en servicio y calidad, así como la creación de otros parámetros.

La industria del turismo de salud en México presume de una alta tradición de siglos, que en la actualidad persiste mediante la innovación y la originalidad para atender la creciente demanda, atrayendo consumidores de Estados Unidos y también en Europa.

El gobierno central en su apoyo a la promoción, explotación y diversificación del turismo y en específico el turismo de salud con el propósito de impulsar la competitividad y la calidad creo la norma de SPA. La Secretaría de Turismo con el apoyo del Instituto Mexicano de Normalización y Certificación (IMNC) han unido sus esfuerzos para elaborar la Norma Mexicana de Spas, "Requisitos Básicos de Calidad en el Servicio e Instalaciones (NMX-TT-009)", misma que tiene el propósito de ofrecer a los establecimientos que proporcionan servicios de salud por agua (SPA) de un instrumento que les oriente, aclare y simplifique el cumplimiento de los

---

<sup>61</sup> [www.visitingmexico.com.mx](http://www.visitingmexico.com.mx) Turismo Salud-SPA México. Fecha de consulta mayo 14 de 2009

estándares internacionales de calidad en sus servicios e instalaciones, a fin de que puedan ser más competitivos<sup>62</sup>.

Esta normalización parte de manera general para la aplicación en todo el sector SPA, impulsa la calidad en instalaciones y servicios permitiendo la distinción de cada uno de ellos, en la especialización y diversificación de los tratamientos.

Es importante hacer notar que la Norma Mexicana de Spas, "Requisitos Básicos de Calidad en el Servicio e Instalaciones", es la primera en su género a nivel internacional, ningún otro país en el mundo cuenta con una norma de esta naturaleza, lo que permite a México contar con una ventaja competitiva muy importante, considerando además la mentalidad y cultura que los consumidores extranjeros tienen sobre el cuidado de la salud<sup>63</sup>.

Entre otras acciones de la Dirección de Desarrollo de Turismo Cultural y de Salud, fue la realización de un "Manual para el Diseño de Herramientas de Comercialización de Spas"<sup>64</sup>. De esta manera las empresas podrán por medio de la mercadotecnia y del comercio electrónico darse a conocer en el mercado de turismo de salud a nivel internacional.

Una de las formas en que afecta el contexto internacional sobre un destino turístico se tuvo en México, precisamente en el Primer Congreso de Turismo Médico de Latinoamérica con el apareamiento de la Gripe A H1N1; la realización de este apartado fue realizado en base a noticias o actualizaciones obtenidas del sitio oficial del congreso de salud Monterey 2009 y de diversos medios noticiosos<sup>65</sup>.

---

<sup>62</sup> [www.vallartavive.com](http://www.vallartavive.com) Fecha de consulta mayo 14 de 2009

<sup>63</sup> [www.turismo530.com](http://www.turismo530.com) MÉXICO ELABORA LA PRIMERA NORMATIVA SOBRE SPAS A NIVEL INTERNACIONAL. Fecha de consulta mayo 14 de 2009

<sup>64</sup> [www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx) Los SPAs en México. Fecha de consulta junio 12 de 2009

<sup>65</sup> [Noticias de Turismo del Caribe y las Américas - Caribbean News ... www.caribbeannewsdigital.com](http://www.caribbeannewsdigital.com), [Milenio.com | La noticia minuto a minuto www.milenio.com](http://www.milenio.com), [Turista Mexico Su guía de turismo en México www.turista.com.mx](http://www.turista.com.mx) [www.LatinAmericaMedicalTourismCongress.com](http://www.LatinAmericaMedicalTourismCongress.com). Fecha de consulta junio 12 de 2009

México realizaría el Primer Congreso de Turismo Médico y Turismo de la Salud en Latinoamérica, en Monterrey, Nuevo León, entre el 27 y el 29 de abril de este año, se esperaba un aproximado de 400 participantes de al menos 25 países de América Latina.

Se consideró a Monterrey como sede para la primera edición del Congreso de Turismo Médico, bajo el nombre Monterrey “Ciudad de la Salud” debido a que la ciudad ya está inscrita en programas de atracción de personas extranjeras que buscan atenderse médicamente en la entidad por su alta calidad hospitalaria y la oportuna existencia de firmas especializadas en Turismo Médico.

El Congreso de Turismo Médico se desarrollaría con conferencistas especializados en la inclusión y práctica del turismo médico, así también se abordarían temas como la orientación para formar departamentos de atención al paciente internacional, alta calidad de la atención a la salud en Latinoamérica, la creación de ciudades de la salud y orientación para atraer a pacientes extranjeros<sup>66</sup>.

El objetivo del congreso de turismo médico a nivel latinoamericano, se vino abajo por la alerta sanitaria de la influenza porcina denominada Gripe A H1N1 que obligó a la cancelación del evento a través de la organización del congreso para mostrar su infraestructura hospitalaria.

“(Con la cancelación del evento) perdimos una plataforma importantísima para promover Monterrey como un destino de salud a nivel mundial”, dijo en una entrevista a los medios Emilia López, directora de Monterrey Ciudad de la Salud (MTYCS).

No obstante, se logró hacer una base de datos con una lista de contactos entre compañías aseguradoras y médicos, que asistirían al congreso, para continuar con las labores de promoción del Estado.

---

<sup>66</sup> La lista de oradores incluye a funcionarios gubernamentales, ministros de salud y turismo, representantes de aseguradoras, médicos y directivos de los principales hospitales en Latinoamérica y Estados Unidos.

El costo estimado de la organización del evento eran aproximadamente 400 mil dólares (unos 5.6 millones de pesos), absorbidos por la Secretaría de Desarrollo Económico (Sedec), Secretaría de Turismo (Sectur) y MTYCS, explicó López.

Otro de los mercados potenciales en turismo de salud dentro del continente americano es el canadiense. Canadá en los últimos años se ha constituido como uno de los más codiciados destinos de turismo médico, los Servicios Médicos canadienses son de medicina tradicional y se extienden desde las operaciones quirúrgicas hasta tratamientos de cirugía estética. The National Post (octubre. 26, 2007), el mayor periódico diario canadiense, informó que Dr. D'Ária de Brian, la presidente de la Asociación Médica canadiense, "cree que Canadá podría hacer millón de dólares turistas médicos lejos en su mayor parte Americanos" entonces invierte ese dinero en el sistema canadiense de la salud.

Canadá tiene muchas ventajas en su favor, en relación a los costos entre Canadá y los Estados Unidos hay diferencia a favor de Canadá en 30 por ciento sobre los costos de asistencia médica, las principales ciudades dedicadas al turismo de salud en Canadá son Toronto, Montreal y Vancouver, quienes cuentan con redes de hospitales.

Otras de las ventajas con las que cuenta el país se encuentra la disposición de las áreas lingüísticas de inglés y francés, posibilitando la captación de pacientes que llegan al país de otras regiones del mundo con el mismo lenguaje, a nivel de infraestructura en comunicaciones, es fácil encontrar conexiones aéreas, además es uno de los pocos países que cuentan con políticas medioambientales y espacios naturales para la actividad turística.

En el caso del turismo de salud en Sudamérica se encuentra representado por Argentina y Uruguay. En Argentina un estudio de la Sociedad Internacional de la Cirugía Plástica (ISAPS), permite ubicar a Argentina -con sus casi 50.000 operaciones anuales- en el tercer lugar en el mapa de los países con más cantidad de cirugías estéticas, detrás de Estados Unidos y México. La razón de que los extranjeros prefieran someterse a las intervenciones en la Argentina es que el valor

económico es hasta cuatro veces menor que en sus lugares de origen y el nivel profesional es reconocido internacionalmente, además los pacientes aprovechan y conocen un país de inmensa belleza natural y magia<sup>67</sup>.

La república argentina además de tener hermosos paisajes por descubrir, historia y cultura ofrece al turista la posibilidad de mejorar la imagen junto a un equipo especializado que realizará la cirugía teniendo en cuenta las particulares necesidades. El turismo de salud es una manera de disfrutar del descanso y aprovechar el tiempo de ocio para reconciliarse con su cuerpo.

El mercado de turismo de salud en Uruguay ubica sus potencialidades en la oferta de la excelencia de sus profesionales médicos quienes cuentan con certificaciones a nivel internacional, además se promocionan, en base a la seguridad del país como destino turístico y otros elementos como una infraestructura hotelera y de servicios de muy alto nivel.

El gobierno y la iniciativa privada se apoyan al ver grandes expectativas sobre este tipo de turismo. Con el apoyo del Ministerio de Turismo Ministerio de Turismo y Deporte del Uruguay y del Ministerio de Salud Pública Ministerio de Salud Públicasurge Uruhealth, URUHEALTH Servicios Médicos de Clase Mundial, una iniciativa privada dedicada de lleno al turismo de salud que cuenta con la infraestructura, recursos humanos y experiencia de dos empresas líderes en asistencia médica de primer nivel: MP Medicina Personalizada (Montevideo) y Sanatorio SEMM-Mautone (Punta del Este) que desarrollan una muy completa propuesta de servicios de salud de nivel internacional, de altísima calidad, calidez y confort disponible para todos aquellas personas que quieran combinar una situación de salud puntual, con un turismo de primer nivel, a costos razonables<sup>68</sup>.

---

<sup>67</sup> [www.fernandezdieguez.com](http://www.fernandezdieguez.com) Turismo Salud Argentina Fecha de consulta mayo 17 de 2009

<sup>68</sup> [www.quimica.es](http://www.quimica.es) [[http://www.elpais.com.uy/08/04/01/pnacio\\_338557.asp](http://www.elpais.com.uy/08/04/01/pnacio_338557.asp) Turismo asociado a la salud. Oferta novedosa para el público del Foro de Innovación] Fecha de consulta junio 21 de 2009

### 5.6.3.1 Turismo de Salud en América, análisis FODA.

CUADRO N° 4.

Análisis FODA	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo Gubernamental.</li> <li>• Diversidad de atracciones turísticas.</li> <li>• Mezcla de tratamientos.</li> <li>• Infraestructura.</li> <li>• Bajo costo en tratamientos.</li> <li>• Atracción de demanda turística de salud europea y estadounidense.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baja promoción.</li> <li>• Insuficiente capacitación de personal.</li> <li>• Falta de controles de calidad.</li> </ul>
Análisis Externo	Oportunidades	Amenazas
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Captación de turistas de salud a razón de costos.</li> <li>• Mercados en turismo de salud con mayores alternativas en su oferta turística y medica.</li> <li>• Desarrollo de clusters dedicados al turismo de salud.</li> <li>• Atracción de inversiones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vulnerabilidad a cambios económicos.</li> <li>• Problemas de desastres naturales.</li> <li>• Narcotráfico</li> </ul>

Elaboración propia, en base a la interpretación de la investigación realizada.

En América el turismo de salud sobresale en sus fortalezas y oportunidades, a razón de los atractivos turísticos con que cuenta y especialmente a la toma de la demanda por servicios de salud por parte de Los Estados Unidos y Europa; significativamente se ve limitado su explotación en áreas constituidas por la calificación de la mano de obra y las fluctuaciones de las monedas.

## Turismo de Salud en América.

Elementos	Escala
Transportes	****
Telecomunicaciones	*****
Políticas estatales	****
Situación política, económica y de seguridad de la región	****
Numero de profesionales o capital humano	*****
Situación medioambiental	***

Elaboración propia, en base a la interpretación de la investigación realizada.

#### **5.6.4 Turismo de Salud en el Caribe.**

El Caribe posee una gran potencialidad en la actividad turística definidos, como el turismo de salud, sin embargo es un área de contrastes desconocida por un lado y sumamente explotada en otras regiones como Cuba. Salvo muy pocas excepciones, el potencial en experiencias de nichos específicos en la actividad turística, como el turismo de salud, bienestar y balnearios, no ha sido completamente explorado en el Gran Caribe<sup>69</sup>.

Cuba es muy reconocida por la prestación de servicios de salud y bienestar, conocido como un destino de turismo de salud por excelencia a nivel mundial, Cuba atrae la mayoría de los pacientes de todo el mundo que buscan asistencia médica de alta calidad con costos más bajos. Cuba atrae a pacientes norteamericanos, muchos pacientes vienen a Cuba de tan lejos como América latina y Europa, atraídos por la "alta reputación de los doctores cubanos, los precios bajos y las playas próximas en las cuales recuperarse." Los servicios de salud cubanos han sido destacados por su eficiencia durante décadas y son ejemplo del turismo médico<sup>70</sup>.

Los tratamientos médicos se ofrecen en una amplia gama en donde los costes son cerca de un 60 a 80 por ciento inferiores a los costes de Estados Unidos. En los últimos tiempos el producto de turismo de salud en Cuba ha evolucionado y no es para menos al dedicarse específicamente en del sector de la salud. En el 2005 se contaba con 70,594 doctores reconocidos entre los más capaces a nivel mundial de acuerdo a su entrenamiento y capacidad<sup>71</sup>, 21 facultades de medicina, 14 078 clínicas médicas, 470 policlínicos, 255 hospitales, 13 instituciones de investigaciones médicas y 165 clínicas estomatológicas para el tratamiento de enfermedades bucales.

---

<sup>69</sup> Garraway, Jasmin A. Asociación de Estados del Caribe - Fecha de consulta marzo 5 de 2009

<sup>70</sup> Noticias BBC. <http://news.bbc.co.uk/2/hi/americas/1535358.stm> BBC News 10 de septiembre, 2001, Fecha de consulta junio 18 de 2009

<sup>71</sup> [www.dtcuba.com](http://www.dtcuba.com) Salud. Fecha de consulta junio 18 de 2009

El gobierno cubano, ha decidido explotar el comercio turístico de salud, en tal sentido todos los productos y servicios de salud pertenecientes al sector del turismo de Cuba son suministrados por la sección de Turismo y Salud de la compañía Cubanacán<sup>72</sup>, la cual atendió un total de 19 670 turistas-pacientes en 2006.

El ex Presidente Fidel Castro Ruiz, declaró: Cubanacán se basa en el principio de que “todas las personas y todas las naciones tienen derecho a una vida saludable y a disfrutar del privilegio de una existencia prolongada y útil”, y “Cubanacán Turismo y Salud pone a disposición de todas las personas interesadas de cualquier lugar del mundo, los avances del sistema de salud cubano”.

Especialista en los más avanzados tratamientos médicos, Cubanacán Turismo y Salud presta los servicios médicos en la red de hoteles y clínicas ubicada en las principales zonas turísticas.

El Grupo Cubanacán recibe cerca del 40% del turismo internacional que visita Cuba. Cuenta con representaciones en Europa y América, empresas mixtas para el desarrollo de hoteles y otros negocios, así como varias compañías en Cuba. Su activo empresarial lo componen decenas de hoteles de tres, cuatro y cinco estrellas, restaurantes y cafeterías, una cadena de tiendas con más de 300 puntos de venta, una tienda virtual en Internet, marinas, centros de buceo y bases de pesca, centros de entretenimiento, una agencia de viajes, una agencia transportista y un centro de Convenciones en la playa de Varadero<sup>73</sup>.

---

<sup>72</sup> Cubanacán, el Grupo turístico más relevante de Cuba, cuenta desde 1994 con esta Compañía de servicios médicos que pone a disposición de los pacientes la calidad y los avances de la medicina cubana, reconocida internacionalmente por su efectividad, y lleva a cabo un amplio programa especializado en tres direcciones: prevención, asistencia y calidad de vida.

<sup>73</sup> [www.cubanacan.cu](http://www.cubanacan.cu) Bienvenidos a CUBANACAN. TURISMO Y SALUD Fecha de consulta junio 18 de 2009

### 5.6.4.1 Turismo de Salud en el Caribe, análisis FODA.

CUADRO N° 5.

Análisis FODA	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo Gubernamental (Cuba).</li> <li>• Atracciones turísticas de playa.</li> <li>• Instalaciones medicas de primer nivel (Cuba).</li> <li>• Atracción de demanda turística de salud europea y estadounidense.</li> <li>• Alta reputación como destino de salud (Cuba).</li> <li>• Bajo costo en tratamientos.</li> <li>• Conglomerados turísticos de salud (Cuba).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No ha sido completamente explotado el turismo de salud.</li> <li>• Falta de información sobre otros destinos de salud.</li> </ul>
	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Captación de turistas de crucero.</li> <li>• Posibilidad del manejo de una oferta turística conjunta con otras áreas del continente.</li> <li>• Captación de turistas de salud a razón de costos bajos.</li> <li>• Mercado en turismo de salud con mayores posibilidades de explotación.</li> <li>• Utilización de agencias de promoción turística a nivel mundial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Surgimiento de otros mercados dedicados al turismo de salud con destinos de playa en el continente americano.</li> <li>• Inestabilidad social y económica.</li> <li>• Zona de alto grado de desastres naturales (huracanes) efecto invernadero y desertización.</li> <li>• Inasistencia social, hambre miseria y enfermedades.</li> </ul>

Elaboración propia, en base a la interpretación de la investigación realizada.

El Caribe representa un contraste al contar como fortalezas y oportunidades, su condición de destino de playa, sin embargo el turismo de salud potencialmente ha sido explotado en Cuba ya que en las otras áreas del gran caribe las condiciones de salubridad son sumamente deficientes. Además como otras amenazas posee gran vulnerabilidad durante la temporada de huracanes, menguando la ventaja de este tipo de turismo, al enfocar sus recursos a la reconstrucción y no al desarrollo.

### **Turismo de Salud en el Caribe.**

<b>Elementos</b>	<b>Evaluación</b>
<b>Transportes</b>	<b>****</b>
<b>Telecomunicaciones</b>	<b>*****</b>
<b>Políticas estatales</b>	<b>****</b>
<b>Situación política, económica y de seguridad de la región</b>	<b>****</b>
<b>Numero de profesionales o capital humano</b>	<b>*****</b>
<b>Situación medioambiental</b>	<b>***</b>

Elaboración propia, en base a la interpretación de la investigación realizada.

### **5.6.5 Turismo de Salud en Centroamérica.**

A pesar de ser un área geográficamente pequeña a veces desapercibida en sus cuestiones positivas y únicamente notable como un área de conflictos sociales el tema del turismo se encuentra presente en todos los países centroamericanos, quienes ofrecen diversidad de opciones dentro de la gama turística; en cada país del istmo centroamericano se encuentra el interés por la explotación del turismo de salud. Siendo el área geográfica donde se encuentra Guatemala se debe comprender quienes son los países con quien compite, entre ellos se destacan Costa Rica y El Salvador, así también se cuenta con la estrategia centroamericana de turismo involucrando todos los países centroamericanos y Panamá.

Costa Rica un destino interesante para el turismo de salud, los índices de salud nacionales, la calidad de los servicios médicos, los profesionales y el costo, hacen de este país liderar entre las opciones de turismo de salud; aunado a ello, los servicios médicos solicitados son aplicados por excelentes profesionales en todas las ramas de la medicina como odontología, ortodoncia, implantes, prótesis, y el área de la cirugía cosmética, con un costo mucho menor<sup>74</sup> al de otros países, quienes opten por estos servicios podrán alojarse en hoteles-hospitales para su recuperación permitiendo la visita a lugares de atracción turística.

Así, en Costa Rica, un total de 21 médicos costarricenses van a poner en marcha el primer consorcio de turismo médico del país, llamado Costa Rican Medical Holding, integrado por médicos de diferentes especialidades como cirugía estética, odontología, ortopedia, urología, cardiología, otorrinolaringología y anestesia. Además del tratamiento estrictamente médico, el consorcio pretende ofrecer a sus pacientes los billetes de avión y el alojamiento en el país, en forma de paquete turístico<sup>75</sup>.

---

<sup>74</sup> De acuerdo con cifras de Costa Rican Medical Holding, una cirugía para la obesidad que en Estados Unidos puede costar hasta US\$45,000, puede realizarse en Costa Rica por US\$17,000.

<sup>75</sup> [cata.visitcentroamerica.com/content/view/125/144](http://cata.visitcentroamerica.com/content/view/125/144) Fecha de consulta agosto 14 de 2009

Costa Rica es un destino que esta en auge para el turismo de salud, una de las ventajas para Costa Rica, son las de condiciones de los servicios de salud, que están especializados tanto a nivel público como privado, incluso existe para el paciente-turista una legislación adecuada vigente en su periodo post operatorio, en el caso de la infraestructura, en el año 2007 se abrió el primer hotel especializado en turismo de salud en el país, el hotel Paradise Cosmetic Inn<sup>76</sup>.

Hernán Campos, vicepresidente de Costa Rican Medical Holding, el primer consorcio de turismo de salud de Costa Rica, explicó que, sólo en el 2007, más de 5,500 foráneos visitaron el país por razones de salud, y se estima que en el 2010 la cifra podría llegar a 40,000 pacientes. Tenemos excelente calidad de los servicios médicos, pero con ahorros entre 40 y 60 por ciento para los pacientes.

Por parte del gobierno el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) y el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) lanzaran en conjunto con el sector privado, médicos, hospitales, hoteles y otras instituciones planes de promoción estratégica sobre el competitivo mercado del turismo médico costarricense<sup>77</sup> con el propósito de posicionar a Costa Rica como un destino de alta calidad.

El gobierno costarricense emitió un decreto que declara "de interés público nacional" las actividades e iniciativas relacionadas con el turismo de salud, que el año pasado dejó ingresos cercanos a los 60 millones de dólares, según datos oficiales. Entre las medidas que contempla el decreto, está la regulación de la actividad por parte del Ministerio de Salud, a fin de garantizar a los pacientes extranjeros una atención óptima.<sup>78</sup>

En el vecino, el Salvador la recuperación económica después de la postguerra ha permitido el incremento de la inversión a nivel turismo, bajo esa lógica se empiezan a

---

<sup>76</sup> [cata.visitcentroamerica.com](http://cata.visitcentroamerica.com) Fecha de consulta junio 19 de 2009

<sup>77</sup> Una de las acciones del plan estratégico es la promoción de la medicina costarricense en el extranjero por medio del Consejo de Promoción Internacional de la Medicina, el cual reunirá a diferentes actores del de Gobierno.

<sup>78</sup> [www.heraldohn.com](http://www.heraldohn.com) Fecha de consulta junio 12 de 2009

diversificar la oferta turística salvadoreña en sectores alternativos como el turismo de salud destacando las propiedades termales del agua y el abaratamiento de costos<sup>79</sup>

Tal atractivo permitió la aproximación de la Asociación de Turismo Médico MTA, a quien le llamo la atención las ventajas competitivas, como cercanía geográfica, moneda dolarizada, y excelente oferta del recurso médico, clínicas y hospitales privados cuestión que a nivel de mercados es lo que precisamente El Salvador esta aprovechando<sup>80</sup>.

En relación a las ventajas competitivas Rubén Rochi, titular de Turismo y Carlos Ramón Hinds, presidente de Exportsalud, apuestan por el aumento de turistas de salud debido a estas, teniendo en cuenta a otros mercados de la región incluyendo el guatemalteco. Un claro ejemplo lo tenemos en nuestro vecino país de Guatemala. El sanatorio Nuestra Señora del Pilar realizó una inversión para equipar sus instalaciones con suites comparables a las de hoteles 5 estrellas, para hacer cómoda la estancia de pacientes extranjeros y nacionales. Algunos centros en la región empezaron a apostar por el turismo médico como programas como "Turismo en Salud" (Hosp. de las Américas, Guatemala), "Club de la Salud" (Hosp. Pellas, Nicaragua)<sup>81</sup>

El gobierno trabaja en la promoción de los servicios médicos que es impulsada por instituciones como: la Cámara de Exportadores de Servicios de Salud de El Salvador Exportsalud (reúne a 120 de los mejores médicos y odontólogos del país) la Agencia de Promoción de Exportaciones de El Salvador Exporta, la Agencia de Promoción de Inversiones Proesa y Ministerio de Turismo Mitur.

---

<sup>79</sup> En 2007, unos 751 mil estadounidenses buscaron soluciones médicas en el exterior. En 2010, se estima que la cifra alcanzará las 6 millones de personas, debido a la crisis que enfrenta en la actualidad el sistema de salud de EE.UU.

<sup>80</sup> Ex vicepresidenta de República Del Salvador, Ana Vilma de Escobar. Medical Tourism Magazine.

<sup>81</sup> [tipsturísticos.blogspot.com](http://tipsturísticos.blogspot.com) TURISMO EN EL SALVADOR - TIPS TURÍSTICOS: El Turismo de Hoy  
Fecha de consulta junio 19 de 2009

Exportsalud organizó una página "web" y un "call center" que facilita a los pacientes del exterior el contacto con médicos de diversas especialidades y la programación de citas<sup>82</sup>. Además del estudio de otros mercados realizó una investigación a nivel local en 2007, con 200 clínicas y hospitales, que prestan atención en odontología, oftalmología, cirugías etc., se evidencio también la procedencia de la demanda del producto siendo está, Australia, Canadá, Estados Unidos, Inglaterra, Italia, y otros países de la región Latinoamérica.

"El turismo médico es un segmento muy codiciado por cuanto su derrame económico es superior a cualquier otro segmento turístico, es por esta razón que desde un principio nosotros hemos decidido apoyar los esfuerzos que hacen instituciones desde hace tres años."<sup>83</sup>

En medio de la crisis económica internacional, Centroamérica intenta sacar provecho de sus ventajas comparativas en materia de salud para incrementar el turismo médico, un generador de divisas que rápidamente ha venido ganando relevancia en la región.

El turismo de salud en Centroamérica crece ya que existe una demanda importante de servicios médicos por parte de ciertos visitantes extranjeros, especialmente quienes buscan medicina tradicional o alternativa, sobre todo a precios más económicos que en su país. Centroamérica se esta convirtiendo en un sitio de interés para vacacionar principalmente se busca la atracción de turistas norteamericanos y europeos<sup>84</sup>. Asimismo, los países ofrecen numerosas termas naturales, spas y balnearios que ofrecen todo tipo de tratamientos estéticos y relajantes combinándolos con excursiones a los lugares turísticos más destacados de los países.

---

<sup>82</sup> [www.export.com.gt](http://www.export.com.gt) Centroamérica apuesta al turismo de salud como generador de divisas Fecha de consulta junio 19 de 2009

<sup>83</sup> Información a la AFP del ministro de Turismo de El Salvador, Rubén Rochi.

<sup>84</sup> El turismo se ha convertido en una de las principales actividades económicas en la región. En el 2008, a Centroamérica llegaron ocho millones de turistas que dejaron ingresos por 7.200 millones de dólares.

Centroamérica apunta hacia las ofertas multidestinos; esto quiere decir que el turista tenga la facilidad y la posibilidad de visitar dos o tres países en un mismo paquete ofertando una serie de atractivos como playas, cultura, historia colonias, reservas biológicas etc.

Con grandes inversiones de Hospitales, clínicas y hospitales-hoteles de primer nivel se han empezado a desarrollarse, estas instalaciones conllevan implícitamente, tecnología avanzada y alta calidad de los profesionales de la región. Costa Rica, El Salvador y Guatemala, principalmente, están realizando inversiones y adoptando medidas para promover sus servicios de salud en el extranjero, especialmente en Estados Unidos, que es el mayor y más cercano mercado para este tipo de turismo<sup>85</sup>.

Registros oficiales hablan de 2.650 extranjeros, especialmente estadounidenses, canadienses y europeos, atendidos en El Salvador durante 2008, mientras que en Guatemala la cifra es de 2.000 y en Costa Rica de 8.500<sup>86</sup>, sin contar a los turistas que no dan información certera sobre su estancia en los países.

Panamá, invierte cantidades millonarias, ofrece en instalaciones de tecnología de punta con precios accesibles como el Hospital Punta Pacífica, el cual costó 50 millones de dólares, contrariamente Honduras y Nicaragua son los países cuentan con un desarrollo menor respecto al turismo de salud, sin embargo se inicia la focalización de oportunidades con el fin de incursionar en esta actividad aun con menores recursos. El Hospital Metropolitano Vivian Pellas de Managua, equipado con lo más avanzado de la tecnología médica, es un ejemplo de los esfuerzos que algunas empresas realizan por incursionar en la actividad<sup>87</sup>. Las especialidades más demandadas por los turistas son la cirugía estética y los tratamientos odontológicos, que pueden costar hasta un tercio de lo que cuestan en Estados Unidos. Sin

---

<sup>85</sup> La participación de agentes de viajes especializados como la empresa Planet Hospital, que preparan los paquetes de atención médica, incluyendo alojamiento, honorarios e, incluso, entretenimiento a la medida de la oferta en el país de provisión y el gusto específico del turista-paciente.

<sup>86</sup> [www.radiolaprimerisima.com](http://www.radiolaprimerisima.com) Divisas Turismo de Salud Centroamérica. Fecha de consulta junio 19 de 2009

<sup>87</sup> [www.lavozdelsandinismo.com](http://www.lavozdelsandinismo.com) Centroamérica busca divisas en turismo de salud Fecha de consulta junio19 de 2009

embargo, también existe una demanda importante de servicios de oftalmología, ginecología, dermatología y neurocirugía, así como de terapias contra el estrés, las adicciones y la obesidad, entre otros.

Las ventajas de la región centroamericana frente a otras en relación al turismo de salud son, los bajos precios, la cercanía geográfica y variedad cultural entre los países, estas ventajas se deben explotar, como respuesta a la amplia demanda de servicios médicos.

La estrategia gubernamental centroamericana de Turismo se revela como alternativa ante la crisis financiera global, se tienen estimaciones que el flujo de visitantes a la región no se vea afectado de gran manera y en cambio la crisis se presenta como una oportunidad a la región, en el sentido de que puede potenciar sus atractivos turísticos, entre ellos se destaca el hecho de que Centroamérica es un destino turístico económicamente accesible y mundialmente será conocida como marca<sup>88</sup>.

El presidente temporal del Consejo Centroamericano de Turismo CCT Mario Salinas ministro de Turismo de Nicaragua, expreso "Hay una crisis, no podemos negarlo, pero dentro de las crisis a menudo se plantean oportunidades para ciertos sectores y protagonistas. Y en este caso Centroamérica debe aprovechar esas oportunidades".

---

<sup>88</sup> El número de turistas seguirá creciendo según los ministros de Turismo de Centroamérica.

### 5.6.5.1 Turismo de Salud en Centroamérica, análisis FODA.

CUADRO N° 6.

Análisis FODA	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Andamiaje institucional, legislativo y apoyo gubernamental.</li> <li>• Diversidad de atracciones turísticas.</li> <li>• Tratamientos tradicionales y alternativos.</li> <li>• Creación de clusters de turismo de salud.</li> <li>• Bajo costo en tratamientos.</li> <li>• Demanda turística de salud europea y estadounidense.</li> <li>• Estrategia centroamericana conjunta sobre el turismo de salud.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Insuficiente capacitación de personal.</li> <li>• Falta de controles de calidad.</li> <li>• Débil desarrollo en infraestructura.</li> </ul>
	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posibilidad del manejo de una oferta turística conjunta con otras áreas del continente.</li> <li>• Captación de turistas de salud a razón de costos.</li> <li>• Mercado en turismo de salud con diversidad de recursos turísticos y de tratamientos.</li> <li>• Creciente grado de competitividad respecto al turismo de salud.</li> <li>• Posición geoestratégica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemas de desastres naturales (huracanes, inundaciones y terremotos).</li> <li>• Dependencia al tipo de cambio.</li> <li>• Surgimiento de otros mercados dedicados al turismo de salud.</li> <li>• Violencia, narcoactividad y maras.</li> </ul>

Elaboración propia, en base a la interpretación de la investigación realizada.

Respecto al turismo de salud Centroamérica es optimista con hegemonía de sus fortalezas y oportunidades, turísticamente destaca que en el espacio geográfico que ocupa hay gran diversidad de atractivos; en relación a los servicios de salud Guatemala El Salvador y Costa Rica poseen potencial reconocido a nivel mundial por lo tanto, tiene que enfocarse de lleno sobre la especialización del recurso humano y la constante amenaza de la vulnerabilidad de los acontecimientos externos.

### **Turismo de Salud en Centroamérica.**

<b>Elementos</b>	<b>Grado</b>
<b>Transportes</b>	<b>****</b>
<b>Telecomunicaciones</b>	<b>*****</b>
<b>Políticas estatales</b>	<b>****</b>
<b>Situación política, económica y de seguridad de la región</b>	<b>***</b>
<b>Numero de profesionales o capital humano</b>	<b>***</b>
<b>Situación medioambiental</b>	<b>***</b>

Elaboración propia, en base a la interpretación de la investigación realizada.

## **CAPITULO VI.**

### **6. TURISMO DE SALUD EN GUATEMALA.**

Una nueva modalidad al turismo convencional lo constituye el turismo de salud en la cual Guatemala ofrece excelentes tratamientos médicos y programas para el bienestar y una mejor calidad de vida. Guatemala, además de ofrecer las especialidades médicas convencionales con costes igualmente económicos como puede ser las cirugías estéticas, tratamientos contra la obesidad, terapias de rehabilitación, oftalmología, odontología... ofrece terapias con medicina natural que ya practicaban los mayas en su época de esplendor<sup>89</sup>.

A pesar de presentarse como una nueva alternativa tanto para el turismo y el comercio, el turismo de salud es conocido, ya por su historia, la cual a lo largo del tiempo ha prestado servicios médicos y quirúrgicos de alta calidad además de poseer tecnología actualizada, expandiendo sus servicios a través del istmo centroamericano y otras regiones del mundo gracias al bajo costo del tratamiento alrededor de mas del 50% menor que otros mercados dedicados a ello, una de las causas del auge del turismo de salud deviene de la carencia de muchas personas a algún tipo de seguro medico, así mismo los profesionales y sus áreas de trabajo cuentan con certificados internacionales de calidad .

Conjuntamente a los tratamientos de antiestrés y anti envejecimiento que son ofrecidos en modernos Spa's, se cuenta con el valor agregado del turismo de salud este se compone de la oportunidad de someterse a algún tratamiento de la diversidad (Cirugías estéticas, tratamientos contra la obesidad, terapias de rehabilitación, cirugía del deporte, oftalmología, odontología entre otros), mientras se disfruta de distintas actividades turísticas.

El turismo de salud guatemalteco ofrece, tanto tratamientos estético como de salud, el turista busca un destino donde se fusionen los bajos costos de tratamiento y variedad de áreas turísticas, ya sea para su recuperación o disfrute.

---

<sup>89</sup> [cata.visitcentroamerica.com](http://cata.visitcentroamerica.com) Fecha de consulta febrero26 de 2009

Los servicios médicos de bienestar, o centros de relajación, consisten en actividades al aire libre para la relajación como son los tratamientos spa, así mismo, terapias contra la dependencia de sustancias nocivas a la salud y tratamientos de condición psicológica. Por otro lado el servicio se complementa con tratamientos de recuperación catalogados cinco estrellas, prestando la atención requerida con comodidad, basada en estándares de calidad y certificación internacional.

En relación al valor total de estancia en el país, no se supera el costo de tratamiento que se ofrece en el país de origen del turista, o en otros destinos y la calidad del servicio es igual de competitiva.

En Guatemala el turista de salud puede encontrar diversidad de servicios en las siguientes áreas, las cuales constituyen los sectores y ventajas competitivas del turismo de salud<sup>90</sup>.

- Medicina tradicional: (medicina, odontología, nutrición, medicina reproductiva, y otros)
- Medicina alternativa: (terapeutas, fitoterapeutas, naturópatas y otros),
- Turismo: (Hoteles, tour operadores, agencias de viajes)
- Spas: (tratamientos de belleza, faciales, anti stress, anti envejecimiento y otros).

La estrategia de promoción comercial internacional para atraer turistas de salud y bienestar está enfocada en los siguientes valores de venta, que hacen que Guatemala se diferencie de otros países:

- Salud y belleza en un solo lugar.
- Calidad.
- Precio competitivo.
- Proximidad geográfica.
- Bellezas turísticas.
- Excelencia en servicio al cliente.

---

<sup>90</sup> [portal@agexport.org.gt](mailto:portal@agexport.org.gt) Fecha de consulta febrero 26 de 2009

- Alta tecnología.
- Médicos y staff calificado.

La industria turística en el mundo según la Organización Mundial de Turismo OMT desarrolla grandes efectos sobre la economía mundial, en el caso guatemalteco, la OMT posiciona a Guatemala como uno de los destinos con mayor crecimiento mundial. Rafael Mejicano, presidente de la Comisión de Turismo de Salud y Bienestar de la Asociación Guatemalteca de Exportadores (Agexport) estima que el potencial para el país es alto, pues apenas abarcan un 4% del mercado internacional, y esperan haber atendido, en los próximos 5 años, a 150 mil pacientes.<sup>91</sup>

Los visitantes extranjeros que buscan algún tipo de tratamiento proceden de:

- Estados Unidos
- Centroamérica
- Sur de México
- Belice
- Europa

El turismo de salud es considerado de alta potencialidad para el desarrollo del país desde el plano local ubicando desde la diversidad, la capacidad de una ventaja comparativa y el conglomerado de actividades y de sub sectores de apoyo para el mismo, mediante un clúster, el cual en su ejecución lleva a impulsar la competitividad; la productividad se incrementa, ampliando la oportunidad de prestar mejores servicios, traducidos en amplias ganancias, respecto a las cuales el traslado de divisas, beneficia a quienes integran este sector.

---

<sup>91</sup> Enfoque 08-09-2009 Turismo médico se triplicaría en 2009 El país ofrece una diversidad de servicios que cada vez es más demandada por los visitantes extranjeros. Fernando Quiñónez, Siglo 21 | [tquinonez@sigloxxi.com](mailto:tquinonez@sigloxxi.com) Fecha de consulta septiembre 8 de 2009

## 6.1 Turismo de Salud en Guatemala, análisis FODA.

CUADRO N° 7.

Análisis FODA	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulso institucional y gubernamental.</li> <li>• Variedad en atracciones turísticas.</li> <li>• Aplicación de tratamientos médicos tradicionales y alternativos.</li> <li>• Conglomerado empresarial, clúster de turismo de salud.</li> <li>• Tratamientos de bajo costo y alta calidad.</li> <li>• Demanda turística de salud europea, estadounidense e interna.</li> <li>• Guatemala como parte de la estrategia centroamericana conjunta sobre el turismo de salud.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Insuficiente captación de turistas a razón de baja publicidad.</li> <li>• Falta de reglamentación sobre controles de calidad.</li> <li>• Falta de cohesión entre sectores.</li> </ul>
	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posibilidad del manejo de una oferta turística conjunta con otras áreas del continente.</li> <li>• Captación de turistas de salud a razón de costos.</li> <li>• Mercado en turismo de salud con diversidad de recursos turísticos y de tratamientos.</li> <li>• Creciente grado de competitividad en el área centroamericana.</li> <li>• Posición geográfica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Temporada de huracanes y alta actividad sísmica.</li> <li>• Variación al tipo de cambio.</li> <li>• Surgimiento de otros mercados dedicados al turismo de salud al conservar una sola estrategia.</li> <li>• Violencia, narcoactividad y maras.</li> </ul>

Elaboración propia, en base a la interpretación de la investigación realizada.

Guatemala es un destino altamente competitivo para el turismo de salud debido a que convergen prestigiosos profesionales, infraestructura, tecnología de punta y servicios de calidad con estándares internacionales en medicina convencional y alternativa<sup>92</sup>. El turismo de salud en Guatemala en sus fortalezas y oportunidades, cuenta con similitud en condiciones respecto a Centroamérica, particularmente esta situación favorece el desempeño del clúster, principalmente se identifican como competidores directos El Salvador y Costa Rica, quienes aventajan por medio de la promoción de sus servicios de salud y el clima de negocios, lo que ha permitido la captación de inversiones nacionales y extranjeras en el sector; negativamente repercute también la vulnerabilidad de los acontecimientos externos.

### **Turismo de Salud en Guatemala.**

<b>Elementos</b>	<b>Estado</b>
<b>Transportes</b>	<b>****</b>
<b>Telecomunicaciones</b>	<b>*****</b>
<b>Políticas estatales</b>	<b>****</b>
<b>Situación política, económica y de seguridad de la región</b>	<b>**</b>
<b>Numero de profesionales o capital humano</b>	<b>***</b>
<b>Situación medioambiental</b>	<b>**</b>

Elaboración propia, en base a la interpretación de la investigación realizada.

<sup>92</sup>[www.inguat.gob.gt/](http://www.inguat.gob.gt/) Segmentos - INGUAT: Instituto Guatemalteco de Turismo: Guatemala ir a Turismo de Salud Fecha de consulta septiembre 8 de 2009

## **6.2 Análisis del Clúster de Turismo de Salud en Guatemala.**

Según lo planteado por Porter la fuente de la competitividad económica está sustentada en los determinantes de la ventaja competitiva: cuatro grandes atributos principales y dos secundarios<sup>93</sup>.

Los atributos principales son:

- a) Estrategias de la empresa, estructura del sector y rivalidad local entre las empresas.
- b) Condiciones de la demanda.
- c) Industrias relacionadas y de apoyo.
- d) Condiciones de los factores de producción.

Estas cuatro determinantes de la ventaja nacional configuran el entorno competitivo de las industrias<sup>94</sup>.

Los factores secundarios son:

- a) Los hechos fortuitos y
- b) El gobierno.

### **6.2.1 Estrategia de la empresa, estructura y rivalidad.**

La estrategia turística parte de la competencia y rivalidad tanto local como internacional; en el plano local la competencia se traduce a lograr un alto grado de especialización, es por ello que la competencia es saludable ya que posibilita la persistente innovación; internacionalmente se evalúan los países y sus clústers en base a sus estrategias.

El sector turístico de salud guatemalteco se compone de seis subsectores:

- Medicina tradicional. (Medicina, odontología, nutrición, medicina reproductiva, y otros)

---

<sup>93</sup> El modelo de competitividad del Diamante de Porter.

<sup>94</sup> [www.espanol.geocities.com](http://www.espanol.geocities.com) Fecha de consulta noviembre 9 de 2008

- Medicina alternativa. (2) (Terapeutas, fitoterapeutas, naturópatas y otros)
- Turismo. (3) (Hoteles, tour operadores, agencias de viajes)
- Spa. (4) (tratamientos de belleza, faciales, anti stress, anti envejecimiento y otros)
- Hoteles. (4) (Hoteles, tour operadores, agencias de viajes)
- Clínicas y hospitales. (34)

De ellas son un total de 47 empresas prestando diversos servicios relacionados al turismo de salud, hay que tomar en cuenta que el grado de especialización entre cada una de ellas es variable aun teniendo presente el tipo de servicio a que se dedican, es por ello que se encuentran diferencias en los edificios en que se prestan los servicios, el tipo de mobiliario, el costo, el numero de empleados y las paginas de internet en donde se promocionan, éste factor en ningún momento debe entenderse como desventaja, por el contrario significa que existe competencia, dotando al clúster una buena dinámica.

En el caso de los sectores de medicina tradicional y medicina alternativa, plantea una competencia que va mas haya de la forma de ejercer la practica medica entrando a formar parte factores culturales y creencias<sup>95</sup>; dentro del sector de turismo la competitividad es mas agresiva al involucrar hoteles, agencias de viajes y los tour operadores, para ellos este tipo de turismo representa una parte de la amplia gama que pertenece al turismo, considerada como especialidad; los SPA clínicas y hospitales se apoyan de la medicina tradicional y la medicina alternativa, el valor agregado lo representa el área en la cual extiende el servicio.

Una característica del sector de turismo de salud, es la presencia de extranjeros dedicados por una parte al SPA y otra al turismo de salud de clínica-hospital, esto no quiere decir que dominen en estos sectores, ya que la mayoría de los integrantes nacionales del clúster de turismo de salud abarcan todos los subsectores, así mismo

---

<sup>95</sup> Constituye una de las principales ventajas al enlazar tradiciones, y otras atractivas variantes del turismo guatemalteco.

también se destaca la ausencia del inversionista extranjero en grandes proyectos, como no ocurre en otros países.

La actual oferta de turismo de salud guatemalteco se ubica geográficamente en diversas aéreas del departamento de Guatemala, este es el caso de los SPA, que en su mayoría se ubican en las salidas de la capital enfilando hacia los municipios como Amatitlán, San José Pinula, Santa Catarina Pinula; también debe considerarse la Antigua Guatemala quien posee un gran número de SPA. Los SPA ubicados en Amatitlán aprovechan las aguas azufradas del volcán Pacaya y volcán de Agua, las otras dos ubicaciones son elegidas por el tipo de clima y bosque, todo a menos de una hora del centro de la ciudad, el caso de la red hotelera se ubica en la capital, salvo los casos en que se elija un hotel del interior (Panajachel, Antigua Guatemala, Peten o Izabal entre otros) al momento la demanda, mantiene una constante positiva lo cual se debe a la eficacia y calidad de las empresas que integran el clúster, impulsando la competitividad.

Entre los principales productos turísticos que ofrecen las empresas turísticas en Guatemala se encuentra:

**Agroturismo:** Guatemala cuenta con visitas guiadas a plantaciones de café, de orquídeas y de nuez de macadamia, entre otras. En ellas se puede observar el proceso de producción desde su inicio hasta los productos terminados listos para salir al mercado.

**Aviturismo:** Existen más de 100 áreas protegidas en las cuales se pueden encontrar especies endémicas, aves migratorias y especies en peligro de extinción que son de gran interés para los visitantes interesados en el aviturismo.

**Arqueología:** Guatemala es considerado el corazón del Mundo Maya. Existen muchos sitios arqueológicos que pueden ser visitados, los principales se encuentran en el área de Petén. En estos sitios se pueden ver grandes edificaciones, estelas, vasijas, etc. que fueron utilizados en la vida cotidiana de nuestros ancestros.

**Buceo:** Se pueden realizar inmersiones en el lago de Atitlán, donde se pueden ver vestigios arqueológicos, en la bahía de Amatique con el buceo característico del caribe, y en la costa del pacífico.

**Cruceros:** Se cuenta con dos terminales que ofrecen todas las facilidades para los visitantes que llegan a Guatemala a través de los cruceros.

**Ecoturismo:** Se han desarrollado destinos en los cuales se puede interactuar con la naturaleza, tener contacto con las comunidades, aprender de ambos y dejar un aporte para beneficio de las mismas.

**Eventos y convenciones:** Anualmente se llevan a cabo diferentes eventos y convenciones internacionales, en las cuales Guatemala ofrece instalaciones de primera categoría para desarrollarlos.

**Golf:** Varios campos de golf en la ciudad y alrededores han sido sede para campeonatos internacionales ya que la calidad de estos iguala a los mejores campos en el ámbito mundial.

**Turismo de aventura:** El territorio guatemalteco es ideal para realizar: camping, canopy, navegación en rápidos, canotaje, caminatas, alpinismo, ciclismo de montaña, exploración de cavernas, etc.

**Pesca deportiva:** Guatemala se ha posicionado como uno de los principales lugares de pesca deportiva, especialmente de pez vela y dorado. Se han realizado campeonatos internacionales en la costa del pacífico y también se cuenta con alternativas para la pesca en aguas de ríos y lagos.

**Tours culturales:** Aquí el encuentro entre las culturas maya y española ha dejado vestigios de las costumbres y riqueza que ambas aportaron en su mezcla. A lo largo del territorio nacional se pueden realizar visitas para conocer y convivir con las etnias y comunidades mayas, garífunas y xincas, apreciar los trajes que les caracterizan y su fabricación, el folclor, el legado colonial que aún se conserva en algunas ciudades, los procesos de producción artesanal y la gastronomía.

En los mercados locales, las empresas compiten en cada sector de la industria, generalmente no solo por participación de mercado, sino también por empleados, excelencia en servicio y por prestigio. Cuanto mayor sea el grado de rivalidad en un sector (por ejemplo, hotelería, alquiler de autos o “tour” operadores), mayor será la presión e incentivos por mejorar estándares e introducir nuevos productos. En el ámbito internacional, debe analizarse la rivalidad entre países que compiten entre sí como destinos con posicionamientos diversos y campañas de promoción que intentan atraer al turista. Sin embargo, debe recalcar que el origen de la ventaja competitiva se da a nivel de empresa y clúster, ya que un país no puede mercadear sosteniblemente un producto que su industria no ha logrado producir<sup>96</sup>.

### **6.2.2 Condiciones de la demanda.**

La demanda local tiene su importancia al requerir la exigencia del consumidor y generar como mínimo un estándar, la innovación genera la competencia a nivel local, la demanda local la constituyen los turistas nacionales y extranjeros que visitan el país entrando en cuenta factores personales como el gusto.

La diversidad de servicios pertenecientes al turismo de salud aumenta la oferta local turística al innovar constantemente dentro de la variedad y calidad de los servicios prestados logra mantener a una demanda constante, de ello se beneficia el clúster y a que la hace menos dependiente de los países a los que sirve, cabe recordar que esta área de análisis del clúster mediante el diamante, recae exclusivamente sobre factores de especialización de los servicios e incurre en lo abstracto del gusto y exigencia.

El turismo de salud de Guatemala ofrece a la demanda:

- Salud y belleza en un solo lugar.
- Calidad.
- Precio competitivo.

---

<sup>96</sup> Flores Ruiz, David, Competitividad sostenible de los espacios naturales protegidos como destinos turísticos: un análisis comparativo de los parques naturales sierra de Aracena y picos de Aroche y sierras de Cazorla, Segura y las Villas. Tesis doctoral. Universidad De Huelva Facultad De Ciencias Empresariales Departamento De Economía General Y Estadística, 2007.

- Proximidad geográfica.
- Bellezas turísticas.
- Excelencia en servicio al cliente.
- Alta tecnología.
- Médicos y staff calificado.

La mayor parte de los turistas de salud, que arriban a Guatemala, buscan por lógica relax y acomodamiento, aunque sea a un precio de 60% menor a otros mercados, persiguen estándares de calidad, simplemente por su país de origen, en su mayoría estos turistas pertenecen a países desarrollados que se ven comprometidos en la demanda de servicios de salud ya sea por falta de cobertura, sobresaturación de sus sistemas de salud, sus consecuentes privatizaciones y en la actualidad el costo elevado de estos servicios dentro de la crisis económica.

El perfil de la mayoría de los turistas de salud que arriban a Guatemala, están comprendidos alrededor de los 50 años, en el caso de quienes buscan relajación se ubican entre los 40 a 60 años, en un número de menor edad están ubicados quienes buscan servicios de desintoxicación, en estos casos sus datos no son revelados al encontrarse entre ellos alguna personalidad involucrada al espectáculo internacional.

Según Claudia del Águila gerente del sector de exportaciones de servicios Agexport, un turista médico gasta en promedio US\$362 diarios, más del doble de lo que gasta un visitante con otros fines y su estadía es mayor, ya que permanece entre dos y tres semanas.<sup>97</sup>

Existen cuestiones que escapan a la acción directa del clúster de turismo de salud, un componente desfavorable que termina por afectar el trabajo conjunto del clúster y que influye directamente en el visitante es la falta de seguridad y el aumento de las advertencias o travel warning<sup>98</sup>, a la fecha se destacan las siguientes:

---

<sup>97</sup> Turismo de Salud genera inversión. Por Byron Dardon G. Prensa Libre. Septiembre 8 de 2009.

<sup>98</sup> Compilación obtenida de: [www.fco.gov.uk](http://www.fco.gov.uk) (Reino Unido) Foreign Affairs and International Trade Canadá (Canadá) [travel.state.gov](http://travel.state.gov) (Departamento de Estado, Estados Unidos).

- Inicio de la temporada de huracanes que se extiende de Julio 1 a Noviembre 30, área de alta actividad sísmica desde el mes de Abril y constantes zonas de deslaves en áreas montañosas.
- Alerta sanitaria a razón de la gripe H1N1, implementación de chequeos en los aeropuertos.
- Alto grado de violencia focalizado en todo el país, uno de los países más violentos de América.
- Prevención de viaje a las áreas de Izabal, Rio Dulce, Livingston, Puerto Barrios y Peten, así mismo las aéreas fronterizas de El Salvador, Honduras y México por brotes de Narcoviolencia.
- Crimen Organizado y establecimiento de pandillas “maras.”
- Aumento de robos en los alrededores del Aeropuerto Internacional La Aurora, Antigua Guatemala y áreas de playa en especial por las noches.
- Abstenerse de fotografiar a lugareños.
- Evite tomar buses urbanos, taxis sin registro y circular por ciertas carreteras.

El Reino Unido emitió un aviso el 1 de agosto de 2008 sobre los riesgos de visitar las áreas del volcán Tajumulco, en el departamento de San Marcos, y el lago de Atitlán, en Sololá. Por su parte, las sedes diplomáticas de Japón y España también recomendaron precaución al visitar a Guatemala. La situación se agudizó tras el asesinato de un turista en el Lago de Izabal, cuando su yate fue asaltado por un grupo de hombres con el objetivo de robarle<sup>99</sup>.

Para que la industria turística de salud en Guatemala pueda llegar a obtener niveles competitivos internacionales debe explotar la demanda local, es decir que a pesar de contar con una oferta de productos y servicios, que únicamente requieren impulsos como someter a rivalidad y competencia, con el objeto de innovar y mejorar, únicamente de la mano del consumidor local. Esto beneficia la competitividad de la industria, ya que las empresas del sector se ven obligadas a mejorar e innovar

---

<sup>99</sup> [www.preview.adnmundo.com](http://www.preview.adnmundo.com). Guatemala: La inseguridad ahuyenta a los visitantes. Fecha de consulta junio 30 de 2009.

constantemente para no perder terreno ante la fuerte competencia local con vistas a posicionarse fuertemente al exterior.

### **6.2.3 Industrias Relacionadas y de Apoyo.**

Un clúster turístico es competitivo si como mínimo, abarca servicios como alojamiento, servicio restaurantero, transporte, infraestructura en comunicaciones, telecomunicaciones y buena administración tanto pública como privada. Al final estos sectores asociados cooperan para mejorar su competitividad y alcanzar objetivos comunes, creando ventajas competitivas para un país.

El sector turístico de Guatemala sostiene relación con dos sectores pertenecientes a la gama netamente turístico-hotelera y cuatro sectores que coadyuvan a la industria turística, en su totalidad pertenecen a la rama de los medios de comunicación, entre ellos, presentados bajo la denominación guatemalteca:

- Alojamiento.
- Servicio Restaurantero.
- El Sistema Portuario Nacional.
- El Sistema Aeroportuario Nacional.
- La infraestructura vial.
- Las telecomunicaciones.

Respecto al Alojamiento en Guatemala son diversos los tipos de lugares para el descanso que otorga al visitante la oferta turística, desde los hoteles cinco estrellas, pensiones, casas de huéspedes, hasta el llamativo camping en la Ciudad de Guatemala y el interior Antigua Guatemala, Cobán, Chichicastenango, Izabal, Panajachel y Quetzaltenango, contando con diferentes servicios extras como restaurantes, bar, áreas de diversión para menores y adultos; entre los más demandados son las áreas de centro de convenciones.

Los restaurantes se desenvuelven en dos ramas, la comida rápida y la comida tradicional o típica, esta última representa otro de los atractivos turísticos, la variedad gastronómica de nuestro país se puede degustar ya sea desde la comida de

mercado, comedores, pequeños restaurantes y restaurantes de prestigio, que incluyen gastronomía internacional.

El Sistema Portuario Nacional es uno de los sectores más significativos últimamente para el turismo, su dedicación a transformar los viejos puertos con el fin de elevar la eficacia en las operaciones ha permitido diversificar la oferta turística y de transportes. La industria de cruceros manifestó un fuerte dinamismo, en alianza con Carnival Cruise Line, dicha industria, esta impactando positivamente el turismo nacional, es por ello que Puerto Quetzal registra, entre 2006-2007, el arribo de 34 cruceros con 32,883 pasajeros a bordo, conjuntamente las portuarias en Santo Tomás de Castilla y Puerto Quetzal<sup>100</sup>, con las que se ha incrementado el turismo de cruceros, el cual ha registrado un aumento sostenido en las últimas temporadas, de la siguiente manera: Temporada 2005-2006: 42 barcos, Temporada 2006-2007: 87 barcos, Temporada 2007-2008: 94 barcos estimados. Con la llegada de los cruceros por temporada, se espera generar divisas por un monto estimado en US\$50 millones y el ingreso de 500 mil turistas por temporada. Las ventajas de la apertura de los cruceros se miden en el impulso a la inversión del turismo en general.

La industria de cruceros es el segmento de turismo con el crecimiento más alto. Guatemala cuenta con terminales en las costas del Atlántico y del Pacífico y los pasajeros que llegan a los puertos encontrarán una gran variedad de destinos, como ciudades coloniales y mayas, así como lagos rodeados por montañas y volcanes. Los turistas pueden disfrutar de una gran variedad y riqueza de nuestro país en una estadía corta: Artesanías, textiles, café gourmet, ron famoso, joyas de jade, comida típica, marimba y otras atracciones, acompañadas del espíritu caluroso de nuestra gente, crean una invitación garantizada para el regreso. La industria de cruceros está orientada a los turistas de Norte América y de Europa, que se escapan del frío

---

<sup>100</sup> En la temporada 2006-2007, Guatemala recibió importantes líneas como MV Topaz, Norwegian Sun, Seven Seas Mariner, MS Amsterdam, la línea Royal Caribbean, entre otras; y más de 45 mil turistas.

durante septiembre a mayo, y viajan a Guatemala en busca de la eterna primavera.<sup>101</sup>

El Sistema Aeroportuario Nacional, es sin duda una de las claves para impulsar el turismo nacional e internacional, facilitando toda actividad relacionada, para ello en 2006 inicio la Modernización Aeropuerto Internacional La Aurora, con éste proyecto el Aeropuerto Internacional La Aurora, pretende la certificación N°1 a nivel mundial, sin embargo tal meta se ve ensombrecida por el cuestionamiento sobre el costo de la obra, en febrero de 2008, por parte del presidente de la república Álvaro Colom y las bancadas representadas en el Congreso de la República hacia la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI) ente de Naciones Unidas responsable sobre la adjudicación de la obra<sup>102</sup>.

Al interior del país también se impulso la modernización de otros aeropuertos, estratégicamente el Aeropuerto Mundo Maya en Peten y El aeropuerto de Quetzaltenango y los aeródromos de Huehuetenango, San Marcos y Coatepeque. Esencialmente se realizaron trabajos de construcción y pavimentación de las pistas de aterrizaje, ampliación de las rampas de abordaje y salas adecuadas para las terminales de pasajeros y parqueos amplios, en resumen incluyen todos los servicios básicos para la atención de turismo y comercio de la región, bajo supervisión de la Organización de Aviación Civil Internacional OACI, también con la Federal Aviation Administration FAA y La Dirección General de Aeronáutica Civil DGAC.

En infraestructura vial el Ministerio de Comunicaciones, impulsó la ampliación y remozamiento de la cinta asfáltica de las principales vías de comunicación terrestre en el país, con ello varios son los sectores que se verán beneficiados para

---

<sup>101</sup> [www.pronacom.org/web/index.php?...7...](http://www.pronacom.org/web/index.php?...7...) Agenda Nacional de Competitividad. Fecha de consulta agosto 14 de 2009

<sup>102</sup> Costo total de la obra US\$108 millones Remodelación del edificio de la terminal, un nuevo estacionamiento para carros, la ampliación de estacionamiento de aeronaves, la construcción del bulevar Juan Pablo II. US\$41 millones Pendientes de pago para equipar el aeropuerto. La segunda fase US\$98 millones Una nueva pista de tres kilómetros, una terminal sur con nueve muelles de abordaje, y un centro de conexiones de carga. [www.elperiodico.com.gt/es/20080208/pais/48392](http://www.elperiodico.com.gt/es/20080208/pais/48392) OACI rechaza denuncias contra aeropuerto La Aurora. Fecha de consulta agosto 14 de 2009

desarrollar la competitividad de las actividades productivas y asegurar el desarrollo eficiente de la actividad productiva con el mercado. Entre los proyectos mas significativos se destaca el proyecto sobre la construcción de la carretera de la Franja Transversal del Norte y la Carretera Guatemala-El Rancho, proyecto financiado por la cooperación del Gobierno de Taiwán, en sus dos etapas, una de ellas concluida; sin embargo en los últimos tiempos la infraestructura vial nacional presenta un deterioro significativo a partir de 2008.

En Guatemala las telecomunicaciones durante los últimos tres años se realizaron instalaciones de líneas telefónicas en todo el país, se prevé la instalación de banda ancha e informática para reducir la brecha tecnológica existente entre un país subdesarrollado como Guatemala y el resto del mundo.

#### **6.2.4 Condiciones de los factores de producción.**

Los llamados factores son constituidos por los factores especializados, y no por los clásicos como la tierra, mano de obra y el capital; los factores especializados son quienes posibilitan la denominación de la ventaja competitiva. El sector privado y público, constituyen claves para crear este tipo de factores, destacando la ventaja de otros gracias a su carácter de únicos dentro del mercado competitivo y en un área determinada.

Los factores turísticos elementales son: su legado natural, arqueológico y cultural, de ellos la calidad y la variedad de los factores permiten valorizar aun mas un mercado frente a otro mercado, estableciendo la competencia; los recursos humanos son capacitados y especializados en materia turística; las carreteras, aeropuertos, puertos marítimos constituyen la infraestructura para facilitar el acceso a los destinos atractivos naturales, mercados de capitales adecuados para financiar proyectos turísticos de largo plazo, niveles de seguridad personal adecuados, y alta cobertura de servicios públicos de apoyo son ejemplo de ese tipo de factores especializados.

Los factores de producción se identifican como las fuerzas básicas que dan lugar al establecimiento del clúster de turismo de salud, dentro de los factores de producción de este sector se encuentran:

- Legado natural, arqueológico y cultural.
- Recursos humanos medico-turísticos.
- La infraestructura y los niveles de seguridad.

#### **6.2.4.1 Legado natural, arqueológico y cultural.**

Guatemala se ha convertido en un importante centro de negocios y un destino turístico perfecto. Con un territorio un poco mayor a 108,800 Km.2 Guatemala se ubica en el centro del continente americano, con una distribución política administrativa de 22 departamentos y cuenta con 11,237,196 habitantes. La población tiene una cultura única, proveniente de la convivencia de 22 etnias mayas, ladinos y garífunas. El idioma oficial es el español, sin embargo, también se hablan otros 23 idiomas: 21 mayas, un garífuna y un xinca. El clima cálido de la costa guatemalteca se equilibra perfectamente con el clima templado del altiplano, lo cual ha llevado a Guatemala a ser considerada con poseer uno de los mejores y más saludables climas del mundo, "El País de la Eterna Primavera".

En Guatemala, en cada esquina se encuentra un atractivo turístico, y cada uno de ellos, ya sea natural o cultural, se engrandece con la calidez de los guatemaltecos; Guatemala posee uno de los tesoros biológicos más importantes del mundo es el hábitat para el 10% de todas las especies registradas en el planeta. Esto incluye 19 ecosistemas, 300 microclimas y 33 volcanes, cinco de los cuales se mantienen activos. Los turistas que visitan Guatemala viajan de un bosque nuboso a las playas de arena negra en la costa del Pacífico en pocos minutos. Existen 93 áreas protegidas y 25 áreas clasificadas como protegidas especiales, que van desde manglares en ambas costas hasta montañas con bosques nubosos. Todo esto se suma a 1.4 millones de hectáreas en la Reserva de la Biosfera Maya, una de las reservas ecológicas más importantes en este hemisferio.

La posición competitiva del conjunto turístico debe basarse en sus ventajas competitivas y no tanto en las ventajas comparativas, tal y como nos hacían creer las teorías tradicionales. No obstante, algunas ventajas comparativas, tales como el

patrimonio sociocultural y natural, pueden convertirse, si se actúa con inteligencia, en ventajas competitivas<sup>103</sup>.

Las comisiones de turismo<sup>104</sup> identifican potencial competitivo en los siguientes factores:

- **Clima:** Guatemala cuenta con un clima primaveral la mayoría del año, lo que favorece las actividades turísticas. La temperatura promedio es de 20° C aunque en la zona costera puede alcanzar los 37° C.
- **Posición geográfica:** Guatemala es parte de un puente ecológico entre el hemisferio norte y el sur. Al norte y oeste tiene frontera con México; al noreste se encuentra la frontera con Belice, al este con Honduras y en el sureste se encuentra El Salvador.
- **Diversidad natural:** La posición preferencial, combinada con el clima y características físicas, hacen que este país tenga un alto grado de diversidad biológica que compite a escala mundial. Cuenta con áreas protegidas y reservas naturales que albergan la diversidad de fauna y flora en todo el territorio nacional.
- **Diversidad cultural:** Guatemala cuenta con el legado de la Civilización Maya que se manifiesta a través de todos los sitios arqueológicos distribuidos por todo el territorio nacional. Gracias a esto Guatemala es un lugar importante para el desarrollo del turismo arqueológico. A raíz de la colonización española, también se pueden encontrar manifestaciones de esta influencia en muchos poblados y ciudades, siendo la más representativa la de La Antigua Guatemala.

#### **6.2.4.2 Recursos humanos medico-turístico.**

Dentro de las empresas que componen el clúster de salud la mayor parte de ellas se distribuyen en intervalos de 1 a 10, 11 a 20, 21 a 30, 31 a 40 y 41 a 50; en número de empleados. En donde el menor número de empleados se ubican los SPA y la

---

<sup>103</sup> OMT, Cooperación entre Sectores Público y Privado 2001.

<sup>104</sup> COMISTUR

medicina alternativa, le siguen las agencias de viajes y las clínicas, al tope de la clasificación se hayan clínicas de mayor envergadura y los hospitales.

En cada uno de los subsectores el grado de educación en su área específica es de buen nivel al incluirse en los pensum de estudio cuestiones de medicina alternativa y esteticismo, en el segmento turístico ya son varios los años en que se abordan estudios específicos, por lo tanto se ha reconocido la necesidad de contar con personal capacitado y tecnificado, por parte del sector público y privado.

La tecnología es un punto esencial para el desarrollo de las actividades médicas en especial, marcan la diferencia entre los destinos de salud alrededor del mundo, en base a tal objetivo Guatemala ofrece tecnología de punta igual a la que tiene en los Estados Unidos por medio del nuevo centro de radioterapia Hope International, en que se invirtieron Q56 millones.

El grupo de profesionales y compañías privadas que integran el Clúster de Turismo de Salud y Bienestar de Guatemala están organizadas por medio de AGEXPORT, todos sus miembros han sido estudiados por medio del comité de acreditación y se encuentran sujetos a un código de conducta, todos los médicos y cirujanos están acreditados por el respectivo colegio de profesionales, así mismo son bilingües y capacitados de tal manera en sus especialidades.

#### **6.2.4.3 La infraestructura.**

El periodo comprendido entre 2006 a 2009 presenta, un incremento notable de la infraestructura, como se describió con anterioridad la remodelación de los aeropuertos, atrae nuevas aerolíneas; caso similar ocurre en los puertos nacionales, por lo menos en las temporadas altas llegan 20 cruceros, las carreteras producen efectos multiplicadores al permitir el transporte de productos y conexión entre los destinos acrecentando las oportunidades de las agencias turísticas; con estos tres recursos se atrae nuevos turistas y permite poder focalizar al país como un destino atractivo hacia el exterior.

Parte de la infraestructura actual con la que cuenta el país, es la capacidad hotelera instalada pues los establecimientos recomendables al turismo, por reunir las calidades mínimas para atender a los turistas, ofrecen 19,372 habitaciones. De éstos, en ciudad Guatemala se concentra el 13%; en Sololá el 11.6%, en Sacatepéquez (Antigua Guatemala) el 10.4% y en Petén 7.9%<sup>105</sup>. La inversión en el sector hotelero se ha incrementado a gran escala, en especial la inversión hotelera internacional a razón del potencial económico que ofrece el turismo.

**CUADRO N° 8.**

**Índice de competitividad de viajes y turismo 2009  
México, Centroamérica y Panamá**

País	Posición global		Posición durante 2009 en cada uno de los 14 pilares (*)													
	2009	2008	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Costa Rica	42	44	48	27	72	65	29	42	103	33	61	57	24	27	6	89
México	51	55	58	101	126	74	35	40	84	49	69	77	63	90	18	20
Panamá	55	50	34	34	70	83	48	36	74	56	76	33	87	58	9	96
Guatemala	70	68	45	95	114	88	55	71	92	82	78	23	85	40	20	74
Honduras	83	75	41	59	89	103	83	66	77	103	95	30	76	44	38	97
El Salvador	94	97	40	58	112	92	56	74	78	87	74	31	75	84	127	117
Nicaragua	103	99	97	41	56	109	109	103	133	81	111	29	91	86	53	101

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Foro Económico Mundial

(\*) Los pilares: 1. Normas y reglamentos, 2. Sostenibilidad del medio ambiente, 3. Protección y seguridad, 4. Salud e higiene, 5. Priorización de los viajes y el turismo, 6. Infraestructura aérea, 7. Infraestructura terrestre, 8. Infraestructura turística, 9. Tecnología de información y comunicación (TIC), 10. Competitividad de los precios, 11. El capital humano, 12. Afinidad por los viajes y el turismo, 13. Recursos naturales, 14. Recursos culturales

Imagen tomada de: Desde Guatemala: Índice de competitividad de viajes y turismo 2009

En el análisis de competitividad turística realizado por el Foro Económico Mundial FEM-WEF, posiciona a Guatemala entre la región centroamericana como segunda siguiendo a Costa Rica, Guatemala país que bajó dos posiciones y se ubica en el puesto 70 a nivel mundial. Dentro de los 14 pilares que mide el índice del FEM, obtuvo su mejor calificación en la parte de recursos naturales (20 a nivel mundial). También acredita buenas notas en cuanto a la competitividad de sus precios, sin embargo, es mal calificada en el tema de seguridad (103 a nivel global), un tema de

<sup>105</sup> [www.hotelesn.com/infraestructuras-turisticas](http://www.hotelesn.com/infraestructuras-turisticas) Fecha de consulta junio 30 de 2009

alta prioridad para el turismo este es un problema que afecta notablemente<sup>106</sup>; en 2008 Guatemala obtuvo mala calificación en su relación con el medio ambiente.

### **6.2.5 Los Hechos Fortuitos - El contexto Internacional.**

Son los más comunes dentro del contexto de la globalización, en sí, son imprevistos que influyen dentro la ventaja competitiva, tales como: conflictos bélicos, crisis financieras, crisis energéticas, variación del tipo de cambio y alteraciones climatológicas; su importancia radica en que al surgir estos se debe modificar la estrategia competitiva.

El entorno turístico actual ha venido desarrollándose a grandes pasos, la causa más razonable y sin permitir encausarle dentro de un fenómeno más arrastrado por la globalización sin analizar sus motivos, es la persistente vulnerabilidad a que está sujeto, por decirlo así, a factores externos que en su mayoría devienen de razones económicas, modificando la propuesta turística local en su estrategia competitiva, no importando si dicha coyuntura sea desventajosa o favorable; dichos factores externos pueden ser: Económicos, tecnológicos, ecológicos, políticos y legales, socioculturales y demográficos.<sup>107</sup>

La industria turística mundial durante las últimas décadas, ha experimentado un avance expansivo en su crecimiento, para los países desarrollados y en vías de desarrollo el turismo es una fuente importante de ganancia de divisas, desde el vendedor ambulante, la empresa y hasta el Estado ven parte de ese beneficio. Por otra parte se busca la atracción de la inversión extranjera como posible fuente de empleos.

El impacto del contexto internacional para el desarrollo de la actividad turística en los países se encuentra relacionado con factores socioeconómicos y medioambientales. Por menor que sea y de cualquier tipo, en una crisis que afecte al sector turístico son

---

<sup>106</sup> [desdeguate.blogspot.com/.../indice-de-competitividad-de-viajes-y.html](http://desdeguate.blogspot.com/.../indice-de-competitividad-de-viajes-y.html) Fecha de consulta junio 22 de 2009

<sup>107</sup> Ritchie y Crouch, en su modelo involucran seis categorías de factores en el macroentorno.

altas las posibilidades que una empresa desaparezca o sea absorbida por otra con mayores posibilidades de sobrevivencia.

A la fecha en Guatemala se identifican los siguientes factores externos:

- Crisis Sanitaria.
- Crisis económica.
- Crisis petrolera.
- Tipo de cambio.
- Variantes climatológicas.

#### **6.2.5.1 Crisis Sanitaria.**

Con la aparición de la gripe A H1N1 la industria turística mundial ha disminuido su porcentaje de ganancias, el Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (WTTC) estimó que la industria del turismo sufrirá una baja de 3,5% en sus actividades este año tras el incremento del 1% en 2008. En dos años, entre 2008 y 2009, el número de puestos de trabajo en relación directa o indirecta con el turismo disminuirá de 238 a 220 millones, según las previsiones del organismo privado de empresarios con sede en Londres. En tiempo de crisis, "la gente tiene tendencia a viajar durante menos tiempo, menos lejos y a gastar menos. Con la gripe porcina, los síntomas de la crisis van a acentuarse"<sup>108</sup>

Todos los destinos del mundo han sufrido el descenso de la demanda en los mayores mercados emisores, según la OMT, que constató una disminución de la llegada de turistas en todo el mundo excepto en América Central y del Sur, el norte de África y el África Subsahariana<sup>109</sup>.

En Guatemala se evalúa la magnitud de este fenómeno, ya que constituye una amenaza sanitaria, pero con ventajas y desventajas en otros sectores como es el caso del turismo.

---

<sup>108</sup> Declaraciones a la AFP de Jean-Paul Baumgarten, presidente del WTTC.

<sup>109</sup> [www.ecodiario.economista.es](http://www.ecodiario.economista.es) Cumbre de Brasil analizará efecto de la crisis y de gripe A sobre el turismo 12/05/2009. Fecha de consulta mayo 23 de 2009

Al conocerse de la noticia y la rápida expansión del virus desde México el gobierno de Guatemala y las autoridades de salud pública declararon alerta naranja, a pesar del infortunio de quedar contagiado algunas personas están viendo la desgracia de México como un medio lucrativo para el país, ya que el Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT), ha reportado un incremento de cruceros en esta temporada que tenían como destino México y debido a el virus H1N1, no han atracado en dicho país desviando a los cruceros a Guatemala e incrementando el nivel de turistas en el país.

Por otra parte, mucho del turismo que se dirige a México genera un efecto multiplicador al permitir el arrastre de turistas, en este caso se pierde en relación a obtener ganancias en una situación en la que no se invierte y cualquier aporte al sector se constituye en beneficio.

La CAMTUR se expresó al respecto informando sobre el tránsito normal de turistas nacionales y extranjeros, únicamente hizo un llamado a las empresas y colaboradores del sector turístico para implementar medidas en encaminadas a evitar el contagio y propagación del virus. Parte del comunicado expone:

Es importante mencionar que la OMS no recomienda ninguna restricción de los viajes ni el cierre de fronteras en relación con el brote de gripe por A (H1N1). Instamos a las empresas del sector turístico asociadas a CAMTUR a continuar trabajando de forma profesional y responsable, acatando las medidas preventivas para evitar la propagación de dicho virus y ofrecer una visita segura a nuestros visitantes.

Fuentes del INGUAT exponen como primer apreciación del impacto de la Gripe A H1N1 conjuntamente con los efectos de la crisis económica en los siguientes datos del Banco de Guatemala

- Ingreso de divisas por ese concepto de turismo bajó 22.6 por ciento en sólo en mayo recién pasado pasando de US\$101.7 millones del 2008 a US\$78.7 millones.
- Ingresos: Ingreso de US\$502.7, con una caída de 3.2 por ciento respecto de los US\$519.5 millones reportados en el mismo plazo del 2008.

### **6.2.5.2 Crisis Económica.**

Otro de los retos que debe afrontar el turismo nacional es la crisis económica internacional, la Organización Mundial de Turismo, como consecuencia de la crisis financiera, pronosticó una drástica caída de esta actividad económica a nivel mundial<sup>110</sup>, la industria del turismo guatemalteco, que se ve afectada por las condiciones en que se encuentran los principales emisores turísticos, localmente no se han registrado cambios en la estrategia turística razón por la cual mucho turismo internacional se está desviando a otros países con mejores condiciones en la oferta a pesar de la crisis.

Autoridades del INGUAT proyectaban un crecimiento de casi 10 por ciento, pero la crisis económica originada en Estados Unidos y países europeos, de donde proviene gran parte de los turistas captados en Guatemala, obligaron a revisar la meta hasta menos de 5.0 por ciento.

La crisis económica obliga a los turistas a posponer sus vacaciones u optar por visitar destinos más cercanos y más baratos, en Guatemala se opta por una estrategia para promover el turismo intrarregional, se busca atraer más turistas de México, Centroamérica y de países sudamericanos

Las primeras estimaciones por parte del INGUAT son:

Durante la Semana Santa de este año ingresaron al país un total de 48.926 turistas extranjeros, un 5,8% más que los 42.242 que lo hicieron durante la misma celebración en 2008. El 33,8% de los visitantes extranjeros llegaron al país por la vía aérea, un 58,9% por tierra y un 6,2% por mar, 77% de los turistas provenían de otros países de Centroamérica, el 6% de México y el resto de otras nacionalidades.

---

<sup>110</sup> El turismo será uno de los sectores que contribuirá a superar las actuales dificultades económicas, según las conclusiones de La II Conferencia de la OMT sobre el turismo, tendencias y perspectivas, organizada por la Organización Mundial del Turismo (OMT), en colaboración con la Pacific Asia Travel Association (PATA), es un foro anual en el que responsables políticos, investigadores y profesionales del sector formulan políticas y estrategias sobre las últimas tendencias que repercuten en el desarrollo del turismo.

### **6.2.5.3 Crisis Petrolera.**

El tema energético combinado con el turístico conduce a una inevitable apreciación sobre los efectos sobre las aerolíneas, este sector se ve plenamente amenazado, si continua subiendo el precio del petróleo se dará una inevitable alza en las tarifas aéreas, perjudicando al turismo; a pesar de las medidas tomadas, las alzas en las tarifas aéreas repercutirán negativamente si se reduce la afluencia de visitantes o contrariamente se mantendrán viajes a destinos cercanos de los principales emisores, para Guatemala y su posición geográfica atraería a la demanda de los Estados Unidos, Canadá y Centroamérica.

Durante 2008 dejaron de volar a Guatemala las empresas mexicanas Interjet y Aeroméxico, así como las estadounidenses ATA Airlines y United Airlines, en tanto Spirit Air canceló una ruta. En todos los casos el cese de operaciones se debió al aumento de los costos por las alzas de los combustibles en los mercados internacionales<sup>111</sup>.

### **6.2.5.4 Tipo de Cambio.**

A razón de la crisis económica el tipo de cambio es mas inestable, se estima que diversas naciones varíen los precios de sus productos o servicios, el turismo se ve plenamente afectado muchos de los destinos baratos se convertirán en caros y los caros en inalcanzables; también puede ocurrir que un país caiga con su tipo de cambio y otro e la misma región se vea favorecido.

### **6.2.5.5 Variantes Climatológicas.**

El clima es un factor primordial en el momento de programar viajes, y constituye una ventaja competitiva en turismo para Guatemala; se expone el clima como "primaveral" favoreciendo las actividades turísticas bajo un rango de 20° C a 37°C.

Durante la época lluviosa denominada invierno (junio-octubre) la presencia de precipitaciones abarca el periodo de la tarde; el resto del año permanece el clima templado a cálido es por ello que para viajar en Guatemala se presta todo el año,

---

<sup>111</sup> [www.prensalibre.com.gt](http://www.prensalibre.com.gt) Crisis económica e inseguridad afectan turismo en Guatemala 13/08/2008. Fecha de consulta agosto 14 de 2009

turísticamente se recomienda la temporada de cielos abiertos para el turismo de volcanes.

A pesar de las buenas condiciones en el clima muchos factores de esta actividad natural se enfrenta al deterioro del medio ambiente, hay que recordar la vulnerabilidad de los suelos al saturarse de humedad, es por ello que la CONRED lanza diversos llamados en zonas del interior del país; durante la tormenta Stan en 2005 miles de turistas extranjeros se alejaban a pie y en medios improvisados de las áreas devastadas a razón de la crecida de ríos, deslaves, derrumbes y el colapso de la red vial, únicamente por las constantes e intensas lluvias.

#### **6.2.6 El rol del gobierno.**

Su función es regularizar y emprender la acción competitiva de los sectores por medio de la especialización, hasta lograr y mantener un alto rendimiento; aunque el papel del gobierno puede ejercerse positiva o negativamente; (compra o ayudas a los sectores) influyendo en la aplicación de las políticas gubernamentales.

La labor del gobierno ha mejorado notablemente, se ha puesto sumo interés en las actividades turísticas que en el pasado no habían explotadas por el contexto en que se encontraba el país y la situación de polaridad económica que se encontraba el mundo sido la deseada para un desarrollo dinámico de la industria, sin embargo aun persisten momentos de inestabilidad política y el establecimiento de la inseguridad dentro del país.

El contexto del comercio internacional de Guatemala se encuentra enmarcado dentro de diversas etapas históricas, la influencia de las condiciones políticas y económicas del contexto mundial, repercuten sobre cada una de ellas; teniendo en cuenta que el Modelo de Sustitución de Importaciones cerró las economías, transformándolas en economías de baja competitividad; se toma la contrapropuesta, enfocada hacia la, Apertura de Mercados o Economía Abierta, derivada de las políticas del Consenso de Washington, en las cuales se busca la reducción y especialización del Estado, que a su vez se extenderían a nivel mundial con el fin de la Guerra Fría.

En el transcurso de las décadas los 70's e inicios de los 80's, el ingreso de turistas, tuvo un retroceso significativo. Se desarrolló de manera irregular, la inestabilidad política, particularmente es la causa primordial sobre la cual descansó la desconfianza que el país generaba como destino turístico y de establecimiento de inversiones. Con el inicio del proceso democrático de mediados de la década de los 80's, Guatemala, mejoró su imagen internacional, beneficiándose el turismo.

La situación de los años anteriores repercutió durante los 90's, la imagen negativa prevaleciente en el exterior persistía, a nivel mundial; la recomposición del sistema económico a finales de los 80's, ubicó a los grandes mercados emisores turísticos en recesión. Por aparte en 1993 Guatemala se convierte en miembro de la OMT, además un hecho trascendental para el país fue su adhesión al GATT posterior OMC, en 1996 Guatemala ratificó su adhesión a este organismo, adoptando derechos y obligaciones, según el acuerdo, y es en base a este acuerdo que Guatemala establece su actual Política de Comercio Exterior; la cual, comprende tres áreas:

- Apertura comercial.
- Productividad.
- Competitividad.

Guatemala, en la década del 2000 se presenta con una estrategia turística que viene desarrollando desde los 80's; se estructura un aparato institucional de comercio, en donde los sectores exportadores, encuentran todo tipo de facilidades para la inversión facilitando el posicionamiento de sus productos o servicios dentro del competitivo mercado mundial. Con el fin de establecer relaciones comerciales con el mercado internacional y hacer de Guatemala un país exportador, nace AGEXPORT, cuatro años más tarde surge el Consejo Nacional de Promoción de las Exportaciones CONAPEX, cuyo objetivo es proponer la política nacional de promoción, diversificación e incremento de las exportaciones, el turismo y las inversiones, al Presidente de la República; así mismo las acciones destinadas a lograr la inserción exitosa de Guatemala en el comercio internacional, mediante la Competitividad

Sistémica y las Negociaciones Comerciales, las cuales quedarían contempladas dentro de la Política Integrada de Comercio Exterior.

Específicamente en 2003 AGEXPRONT (actualmente AGEXPORT) visualiza el desarrollo de la actividad turística como una nueva alternativa de integrar las actividades productivas no tradicionales a la conservación de los recursos naturales y culturales de Guatemala, surgiendo COMITURS (Comisión de Turismo Sostenible) años más tarde se crea la Comisión de Turismo en Salud y Bienestar, que busca maximizar el potencial turístico mediante la prestación del servicio médico y las actividades turísticas; la aplicación del establecimiento de las relaciones sector publico- sector privado y un conjunto de leyes o normas, quedan contempladas dentro de la Agenda Nacional de Competitividad, la Estrategia Nacional de Turismo; la implementación de esta estructura, se ejecuta mediante la Competitividad Sistémica basada en acciones de cuatro niveles: Macro (Gobierno): Facilita, Meso (sociedad civil): Propone, Micro (empresas): Produce y Meta: Concientiza. Debido a que el Turismo se ha considerado como un clúster de desarrollo para el país, la competitividad y la productividad se presentan como claves para la exportación del sector; finalmente en 2008 se crea el gabinete de turismo (acuerdo gubernativo 227-2008), este gabinete se encarga de impulsar y coordinar las políticas que coadyuven a la integración de recursos técnicos, económicos y administrativos, para desarrollar políticas en materia de turismo<sup>112</sup>.

De acuerdo con el Informe Mundial de Competitividad Turística 2008, preparado por el World Economic Forum WEF, Guatemala mejoró una posición, del puesto 69 pasó al 68 en la escala de 130 países participantes, por su parte el Banco de Guatemala BANGUAT, en Junio de 2008, reportó un ingreso de 140,472 visitantes a nuestro país, generando US M \$97.183.3, así mismo, el incremento de las oportunidades de Guatemala dentro del comercio internacional; lo constituye el turismo, datos del INGUAT indicaron que en divisas se reportan ingresos por US\$929.3 millones en septiembre de 2008, 8.6 por ciento más que en 2007, datos de cierre del año 2008

---

<sup>112</sup> [www.vicepresidencia.gob.gt](http://www.vicepresidencia.gob.gt) Departamento de Informática de la Vicepresidencia 2008 Fecha de consulta enero17 de 2009.

del BANGUAT reportan la captación de US \$1.275 millones por concepto de turismo, lo cual representa un crecimiento del 6.35 por ciento con respecto a 2007.

Guatemala presenta al turismo como producto de exportación, esto se debe a que el país cuenta con muchas ventajas comparativas<sup>113</sup> dentro de la industria turística; la potencialidad del sector radica, en la diversificación de los subsectores, la propia herencia y diversidad con que cuenta el país, haciendo atractiva la industria para los visitantes, además aprovechando la lógica actual de los mercados mundiales, todo apunta a que el sector pueda constituirse en la mayor fuente de ingresos para Guatemala<sup>114</sup>, aunque depende del comportamiento de las remesas y de los productos tradicionales de exportación.

Hoy se puede afirmar que el rol del gobierno se enfoca en la creación de las condiciones para el establecimiento de un sector turístico sano y competitivo, entre estas se tiene la implementación de planes integrales, asignación de recursos económicos y la creación de políticas dirigidas a la estimulación de los diversos segmentos turísticos .

Entre las debilidades más fuertes que afectan al clúster se encuentran diferencias en el tipo de mando a nivel institucional, al implementar nuevos patrones de dirección los cuales vienen a destituir los planes de administraciones pasadas, a pesar de todo se mantiene la constante positiva, únicamente son problemas de modos de ejecución entrando a surgir divergencias entre eficiencia y eficacia, Los constantes cambios en la dirección del INGUAT han creado caos e incertidumbre dentro de la institución,

---

<sup>113</sup> Entre ellas: la posición geográfica del país, el clima, la gama y variedad de culturas dentro del mismo territorio, la diversidad de ecosistemas, su facilidad de acceso y la arquitectura maya y colonial.

<sup>114</sup> En Guatemala el turismo es la primera fuente de generación de divisas, por tal motivo el turismo ha sido considerado prioridad nacional, en el año 2007 se recibieron 1,505,069 turistas y el crecimiento ha sido del 21% en los últimos tres años. COMISTUR. Comisión de Turismo Sostenible. Fecha de consulta agosto 14 de 2009

además no permite continuidad en los planes, en un momento en que la crisis económica global afecta al país.<sup>115</sup>.

#### **6.2.6.1 Desarrollo del sector turismo durante el periodo presidencial 2004-2008.**

Dada la importancia que el sector turismo ha tomado en los últimos años, la administración del ex presidente de la República Oscar Berger 2004-2008, consideró al turismo como un tema de prioridad nacional y como parte de su desarrollo se destaca la Estrategia Nacional de Competitividad, la descentralización de la planificación del desarrollo turístico a través de los Comités de Autogestión y una serie de actividades contempladas dentro del Plan de Gobierno 2004-2008, en donde se hacia ver el interés por impulsar al turismo mediante, la creación de un comisionado presidencial para el turismo y la creación del Gabinete de Turismo. El principal objetivo de éste gobierno fue enfocarse en el trabajo de cooperación institucional con las entidades de apoyo del sector, e incentivar la promoción del país en sus productos y destinos turísticos mediante las siguientes acciones:

- Alianzas con aerolíneas en apoyo para la promoción del país.
- La Política Nacional de Turismo 2004-2014.
- Descentralización de la planificación del desarrollo turístico a través de los Comités de Autogestión
- Creación del Consejo de Promoción Turística.
- Apertura de nuevas rutas aéreas (US Airways, Iberia y Lauda Air).
- Modernización de la división de Mercadeo del INGUAT.
- Contratación de una agencia de publicidad para la promoción del país.

##### **6.2.6.1.1 Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2004 – 2014.**

La Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2004 – 2014 contempla siete pilares fundamentales para obtener resultados favorables para el turismo y elevar esta industria a nivel internacional, específicamente para

---

<sup>115</sup> [www.elperiodico.com.gt/es/20080801/pais/63795](http://www.elperiodico.com.gt/es/20080801/pais/63795)El Periódico. El INGUAT ha tenido tres directores a lo largo de 2008. Fecha de consulta agosto 14 de 2009

aumentar el ingreso de visitantes y divisas, dar relevancia a la industria turística dentro del ámbito político y empresarial y convertir al turismo en la herramienta más importante para el desarrollo económico y social del país. Sus características más importantes son la acción de los sectores público y privado en conjunto y el fortalecimiento, descentralización y promoción del turismo del país en todos sus sectores.

#### **6.2.6.1.2 Comités de Autogestión Turística –CAT's.**

Es una estrategia de descentralización turística que busca la consolidación de los destinos turísticos tradicionales y desarrollo de nuevos destinos, conjuntamente con los Centros Empresariales de Turismo CET's buscan elevar el nivel de competitividad turístico.

#### **6.2.6.1.3 Gabinete de Turismo.**

Una de las acciones mas importantes de los últimos años del gobierno en impulso a las actividades turísticas es la creación el año pasado del Gabinete de Turismo (Acuerdo Gubernativo No. 227-2008) el cual se encarga de impulsar y coordinar las políticas que coadyuvan a la integración de recursos técnicos, económicos y administrativos, para desarrollar políticas en materia de turismo.

El Gobierno de la República de Guatemala conformó el Gabinete de Turismo, que es presidido y coordinado por la vicepresidencia de la república, a la cabeza del Vicepresidente de la República, Doctor Rafael Espada, estructurado de la siguiente manera por los siguientes funcionarios:

- Ministro de Relaciones Exteriores<sup>116</sup>
- Ministro de Gobernación
- Ministro de Economía
- Ministro de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda
- Ministro de Ambiente y Recursos Naturales

---

<sup>116</sup> Al referirse a la creación del Gabinete de Turismo, en el programa televisivo Diálogos con Haroldo Sánchez (canal 39 cable, Domingos 7:30 p.m.) el director del INGUAT, Rodolfo Robles, destacó como importantísima la labor del Ministerio de Relaciones Exteriores al constituirse como el primer ente de promoción para el turismo nacional, por medio de las embajadas y los consulados.

- Ministro de Cultura y Deportes
- Secretario de Coordinación Ejecutiva de la Presidencia
- Secretario de Comunicación Social de la Presidencia
- Director del Instituto Guatemalteco de Turismo
- Director del Consejo Nacional de la Juventud
- Presidente del Consejo Directivo Nacional del Fondo de Desarrollo Indígena Guatemalteco
- Presidente de la Academia de Lenguas Mayas

Además trabaja conjuntamente con la Junta Asesora de Turismo, esta junta actúa como consejeros del director del INGUAT y asiste las estrategias que emanan de la Vicepresidencia de la República y esta constituida ex funcionarios en materia de turismo y empresarios.

#### **6.2.6.2 Desarrollo del sector turismo durante el periodo presidencial 2008-2012.**

La presente gestión 2008-2012 a cargo del presidente Álvaro Colom, ha precisado de sumo interés las actividades turísticas para el progreso del país, constituyendo un eje fundamental de desarrollo económico, en sus primeros dos años de administración, se enfoca en los siguientes proyectos de promoción y competitividad:

##### **6.2.6.2.1 Agenda Compartida de Competitividad Turística.**

Las Agendas Compartidas de Competitividad Turística (ACCT) es una hoja de ruta diseñada por el Programa Nacional de Competitividad (PRONACOM) con la Secretaría de Coordinación Ejecutiva de la Presidencia, CAMTUR, SEGEPLAN, Grupos Gestores y la Universidad de San Carlos; en donde se identifican las estrategias y acciones de proyectos a ejecutar entre 2009 y 2011, con el fin de aumentar el número de turistas, desarrollando los destinos, accesos y servicios en seis departamentos de Guatemala (Petén, Izabal, Sacatepéquez, Sololá, Baja Verapaz y Retalhuleu)

Aunado al trabajo de las instituciones antes mencionadas las agendas se apoyan en trabajo otras instituciones del gobierno central, municipalidades, sector público, sociedad civil organizada y comunidades; para su ejecución y desarrollo las agendas

quedan sujetas a las Comisiones de Turismo de los Consejos Departamentales de Desarrollo (CODEDE). Las ACCT substituyen los CAT's.

#### **6.2.6.2.2 El proyecto turístico Cuatro Balam, en Petén.**

Es un proyecto del gobierno que se sitúa en la parte norte de Petén, incluido parque El Mirador, este proyecto se desarrolla en base de tres ejes: arqueológico turístico y agrícola, el proyecto cuenta con apoyo del Estado, sector privado y sociedad civil.

#### **6.2.6.2.3 Guatemala Alma de la Tierra y Centroamérica tan pequeña... tan grande.**

Guatemala Alma de la Tierra es la marca país, de Guatemala respecto a las actividades turísticas, con ella Guatemala será conocida alrededor del mundo explotando desde su nombre el misticismo, evolución, diversidad, autenticidad y cercanía del país.

La Marca Centroamérica tan pequeña... tan grande, responde a la voluntad y al esfuerzo de los siete países que integran la región: Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá, coordinados por la Secretaría Técnica del CCT / Dirección de Turismo de la SG-SICA y apoyados con fondos del gobierno de Alemania a través de FODESTUR (Fomento al Desarrollo Sostenible mediante el Turismo en Centroamérica), proyecto promovido por la Cooperación Técnica Alemana (GTZ).

Estos siete países son conscientes de la importancia del turismo como fuente de ingresos y desarrollo para el bienestar del territorio centroamericano. Ambas marcas constituyen una gran herramienta de posicionamiento dirigida a la atracción de visitantes y la inversión.

#### **6.2.6.3 El Gobierno y el mercado de Turismo de Salud en Guatemala.**

El mercado y el gobierno interactúan en base a políticas de promoción y dinamización, para que el mercados funcionen efectivamente deben crearse condiciones de competitividad, dicha competitividad se vale del marco jurídico de promoción y de un conjunto de instituciones las que en cada caso varían, así pues dentro del turismo de salud el INGUAT en conjunto con AGEXPORT y el sector de

turismo de salud coordinan su participación en las Ferias o Congresos Internacionales, que la Asociación de Turismo Medico planifica, en donde las empresas que conforman el sector pueden promocionar sus servicios a nivel internacional, tales actividades permiten valorar la estrategia de otros mercados de este mismo servicio, así también resalta la función de los “facilitadores”<sup>117</sup>; a nivel local también se realizan este tipo de actividades.

De esta manera parte la estrategia dirigida por el INGUAT de impulsar el desarrollo turístico nacional diversificando la oferta y apoyando la promoción y la operación de los servicios turísticos sirve de vehículo para incrementar las corrientes de visitantes nacionales y extranjeros.

Sin embargo tiene que tenerse en cuenta que el diseño y operación de las estrategias de promoción turística de salud a nivel internacional, recae en una de las funciones de la Asociación de Turismo Medico, el proporcionar información turística especializada sobre los servicios hacia los turistas nacionales y extranjeros tanto a nivel local como internacional es parte de la estrategia que emplean las empresas asociadas, en la mayoría de los casos por medio electrónicos.

El gobierno únicamente aprovecha al máximo los acuerdos comerciales y de inversión, promueve una inserción exitosa del país en el contexto internacional (legislador y promotor) y en la economía mundial por medio de los agentes económicos locales a fin de impulsar las inversiones en el sector.

---

<sup>117</sup> “Queremos captar turismo de salud a mayor escala” El primer facilitador de turismo médico en Guatemala se enfocará en captar pacientes de Miami y Fort Lauderdale, de La Florida, Estados Unidos. Angels Abroad firmará una alianza con Premiere Medscape, un facilitador internacional. Por: Paola Hurtado [www.elperiodico.com.gt/es](http://www.elperiodico.com.gt/es) Fecha de consulta agosto 26 de 2009.

### **6.3 Los hechos fortuitos (el contexto internacional) sobre los cuatro elementos del diamante.**

#### **6.3.1 Los hechos fortuitos (el contexto internacional) sobre las condiciones de los factores.**

Su efecto dentro del clúster se divide en dos partes: Los factores clásicos como la tierra, mano de obra, el capital, legado natural, arqueológico y cultural; estos factores turísticos heredados sufren abiertamente la influencia externa, las crisis económicas, políticas y medioambientales repercuten en la captación de turistas y de esto, los empleos locales, dando lugar a una baja económica, más aún si no se cuenta con medidas de sostenimiento ambiental para mitigar desastres naturales.

Por aparte en el caso de los llamados factores especializados, para el clúster de turismo de salud son constituidos por los recursos humanos medico-turísticos, la infraestructura y los niveles de seguridad; estos provienen de la especialización interna, dando lugar a la creación del valor agregado, lo cual permite la creación de la ventaja competitiva.

Es por tal motivo que al referirse al recurso medico-turístico, lleva implícito la especialización en cada materia (especializaciones, maestrías o doctorados internacionales, carreras con tendencia a la administración de los destinos turísticos etc.); la infraestructura debe innovarse, por ello es fundamental reinventar y proporcionar mantenimiento a todo lo concerniente a comunicaciones, clínicas y hoteles, así mismo se debe contar con el personal capacitado para realizar dichas funciones; finalmente la cuestión de seguridad, mantiene su tendencia negativa y se agrava por el alto costo de la vida y la vulnerabilidad que tiene el país en relación al contexto externo específicamente en el tema económico.

#### **6.3.2 Los hechos fortuitos (el contexto internacional) sobre la Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas.**

La estrategia turística de salud parte de la competencia y rivalidad tanto local como internacional; en ambos planos, el contexto internacional sostiene las condiciones de la crisis económica, al manifestarse una baja demanda; se puede decir que la

innovación, la especialización y las alianzas empresariales, serán las estrategias que dinamizaran el sector.

### **6.3.3 Los hechos fortuitos (el contexto internacional) sobre las Industrias relacionadas y de apoyo.**

Al igual como se manifiesta en la estrategia, estructura y rivalidad de las empresas, la estrategia determinará el futuro del sector turismo en general, aunque al tratarse de las industrias relacionadas y de apoyo, la estrategia es conjunta entre entes privados y públicos, por tal razón se han modificado las estrategias a fin de salvar la crisis, entre ellas la atracción de turistas de determinadas áreas geográficas e incrementar el flujo del turismo interno con el fin de dinamizar el consumo dentro de los sectores. Justamente los sectores asociados cooperan para mejorar su competitividad y alcanzar objetivos comunes, creando ventajas competitivas para un país, todo en función de una estrategia.

### **6.3.4 Los hechos fortuitos (el contexto internacional) sobre las Condiciones de la demanda.**

Como se ha planteado con anterioridad la crisis económica influye directamente sobre la capacidad adquisitiva del demandante de los servicios, en el caso del turismo de salud, el fenómeno plantea dos vertientes: La demanda externa por servicios de salud de demandantes, en países donde estos han aumentado considerablemente sus costos, y la demanda interna por estos servicios. En ambos casos es determinante el gusto, localmente el turismo de salud presenta alternativas tanto turísticas como medicas que pueden suplir la exigencia del consumidor frente a otros mercados.

## **6.4 El Rol del Gobierno sobre los cuatro elementos del diamante**

### **6.4.1 El rol del gobierno sobre los condiciones de los factores.**

Dentro de este factor destaca la protección del patrimonio cultural y natural, así como el compromiso por impulsar proyectos arqueológicos; en el caso de la mano de obra se implementó la reestructuración de los pensum de estudios, involucrando temas de

relevancia social y cultural, en base a éste tema existen diversas áreas de especialización medica y turística a nivel nacional e internacional.

#### **6.4.2 El rol del gobierno sobre la Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas.**

En este caso el gobierno aplica la llamada competitividad sistémica, a través de sus tres niveles, el gobierno impulsa la profesionalización de los sectores exportadores involucrando agentes privados. Específicamente el tema de competitividad se encuentra a cargo de PRONACOM que ha identificado por medio de la agenda nacional de competitividad y la especifica de turismo, el potencial con que cuenta el sector.

#### **6.4.3 El rol del gobierno sobre las Industrias relacionadas y de apoyo.**

Su papel es fundamental al encontrarse directamente involucrada con sectores específicos que pertenecen a la administración gubernamental como las comunicaciones, el sector privado invierte en otras áreas como hotelería, transportes y telecomunicaciones; cada una sujeta a derechos y obligaciones, para ofrecer sus servicios.

#### **6.4.4 El rol del gobierno sobre las Condiciones de la demanda.**

Recae la función de promoción sobre el INGUAT, quien entre su estrategia ofrece la diversidad de productos turísticos bajo la marca pis Guatemala Alma de la Tierra y la estrategia regional Centroamérica tan pequeña... tan grande.

### **6.5 Interrelacion de los hechos fortuitos (contexto internacional) y el gobierno.**

#### **6.5.1 La Crisis Económica Mundial.**

La crisis económica mundial tuvo su origen en los Estados Unidos la economía más grande del mundo en 2008, diversas son las causas de ésta situación entre ellas el alto costo de las materias primas, la crisis alimentaria mundial y como generador dentro de los mercados financieros internacionales la crisis crediticia e hipotecaria, llevando a la quiebra bancos, aseguradoras y financieras, disminuyendo el empleo, consumo y ahorro.

Internacionalmente la crisis se extendió a los países desarrollados de todo el mundo, la inflación constituyo la mayor preocupación sobre el futuro tanto en países desarrollados como en emergentes, predominando la incertidumbre. Específicamente la subida del precio del petróleo y de los alimentos fue objeto de debate en la 34ª Cumbre del G-8 ya que el barril de petróleo supero los US\$100 por barril, si bien son parte de la inflación de 2008 hoy en 2009 nos encaminamos a la deflación.

#### **6.5.2 La crisis económica en Guatemala.**

En nuestro país el aumento de los precios y la reducción del poder adquisitivo son los principales síntomas de la crisis, esta caída del valor de mercado o del poder adquisitivo proviene de una inflación internacional debido a cuestiones fuera del control de las autoridades locales como el alza del precio del petróleo internacional y otras materias primas.

Por su parte el gobierno ha implementado una serie de acciones con el objeto de sobrepasar el efecto de la crisis, en materia energética se ha encontrado la alternativa por medio de la adhesión a Petrocaribe y Petróleos de Venezuela, el combustible podrá cotizarse barato a razón de amortizar de mejor manera el financiamiento, tomando en cuenta los altos precios del petróleo en el mercado; principalmente se estaría reduciendo el mayor de los rubros que consume mas dentro de la factura de los bienes y servicios, los costos de transporte.

Así mismo entre otro de temas donde afecta la crisis, es la carga fiscal ya que no se esta percibiendo la recaudación de impuestos deseada del Impuesto al Valor Agregado –IVA- sobre Importaciones y el IVA doméstico, autoridades gubernamentales de la SAT y el Ministerio de Finanzas ante la crisis estiman una recaudación entre 10.4 y 10.3 por ciento contrastando con la carga proyectada del 11.3 por ciento del PIB.

Para 2009 la meta de recaudación fue fijada en 38,732 millones de quetzales, ante el panorama internacional se puede decir que no se percibirán tres mil 500 millones de

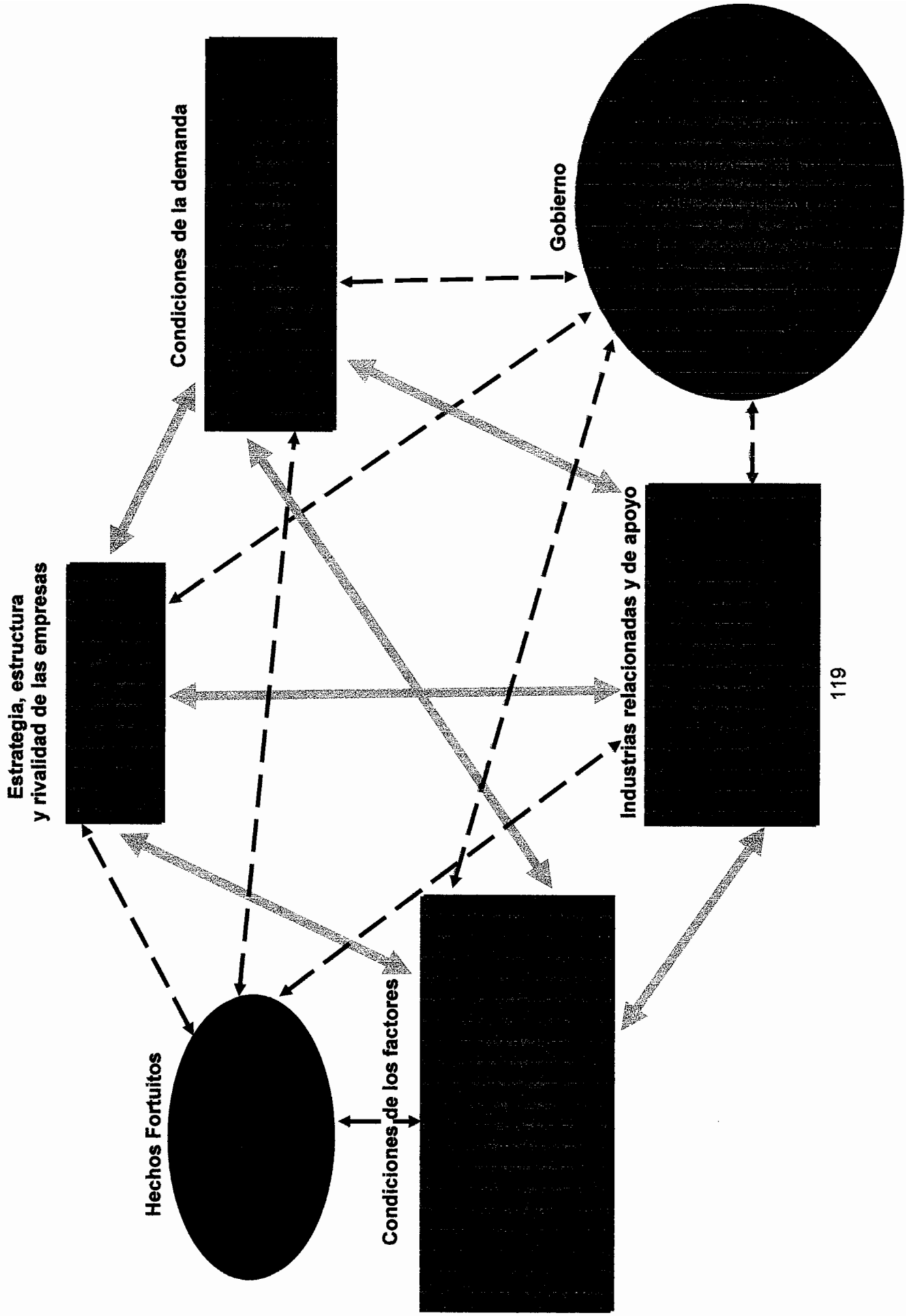
quetzales al finalizar 2009, de ello 1,700 millones de quetzales se dejarán de percibir en el IVA a las importaciones.

Las remesas por su parte poseen dos áreas de análisis, por un lado ante los efectos de la crisis en los Estados Unidos muchos de los sectores que otorgan la posibilidad laboral a un migrante se ven en la imperiosa necesidad de recortar la demanda de mano de obra a la cual estaban acostumbrados, esta reducción hacia la economía de nuestro país se traduce en el descenso de las remesas, por otro lado quienes mantienen su empleo y mandan sus remesas corren con la suerte de que en los últimos meses el alza del dólar permite la misma o la mayor posibilidad de consumo.

La política cambiaria nacional referente al alza del dólar permitirá dinamizar las exportaciones y otros sectores en donde este plenamente involucrado las transacciones de cambio como en el turismo. Financieramente Guatemala no posee grandes dificultades respecto a las consecuencias de la crisis, no por estar solvente o gozar de grandes inversiones, si no por el contrario no se ve a la larga tan afectada por no constituir un alto atractivo para este tipo de inversiones, de igual forma en relación a la inversión extranjera directa IED.

**CUADRO N° 8.**

**Integración de los factores dentro del Clúster de Turismo de Salud en Guatemala**  
Elaboración propia, en base a la interpretación de la investigación realizada.



## **CONCLUSIONES.**

Según el análisis elaborado, entre las principales variables que se analizaron sobre el clúster de turismo de salud a fin de establecer una dinámica constante y competitiva se contemplan las siguientes conclusiones:

Analizar la competitividad de los clusters en los destinos turísticos, por medio del Diamante de Porter, permite el diagnóstico de la interacción de los factores y su capacidad de innovación e integración por medio del rol del gobierno y el contexto internacional.

El turismo es uno de los servicios más desarrollados, su crecimiento se debe a la rápida difusión de las telecomunicaciones, así mismo se le atribuye la extensión, el impulso y desarrollo de otros sectores dentro del comercio electrónico, innovando la estrategia de comercialización dentro del marketing turístico y la estrategia política, por medio de sus ventajas competitivas.

El mercado de turismo de salud, constituye una de los más grandes subsectores turísticos a nivel mundial, su incremento se posibilita mediante la constante demanda de servicios de salud a menor costo que el del país de origen de quien busca estos servicios, así mismo confluye en la demanda, la oferta de una importante cantidad de procedimientos calificados dentro de un mismo paquete turístico.

Geográficamente, el mercado de turismo de salud se encuentra distribuido alrededor de todas las regiones del mundo, lo cual permite incrementar su oferta en la medida que, parte del mercado se ve influenciado por innovadores tratamientos y nuevos destinos, entrando a discusión los precios y las capacidades enfocadas a sostener la demanda.

El turismo de salud a nivel regional se encuentra dentro de las planificaciones estratégicas de Centroamérica como una de varias alternativas para dinamizar el turismo en general, sin embargo regionalmente el turismo de salud bajo una estructura competitiva mundial es únicamente reconocido para Costa Rica, El Salvador y en menor medida a ellos Guatemala.

Dentro de los servicios, los servicios de salud constituyen en la mayoría de los casos el producto último de una serie de diversos servicios prestados por vía electrónica con la finalidad de someterse a un tratamiento preventivo, estético o quirúrgico.

Para constituir las ventajas en el campo del turismo de salud es necesario saltar varios desafíos, los cuales deben ser enfocados hacia la especialización en diversos sectores como los referentes a clínicas médicas, estéticas, transportes etc. de la mano de la inversión extranjera.

El turismo de salud es de suma importancia para el turismo en general, ya que es un tipo de turismo que permite el goce de otras actividades propias de la actividad turística, por tanto la cohesión de los sectores involucrados permitirá la solidificación del sector en función de captar mayores ganancias.

El turismo de salud en Guatemala, es un subsector turístico, el cual ha avanzado en nuestro país gracias a los servicios conglomerados que conforman el sector, los cuales cuentan con altas posibilidades de constituirse en un gran competidor mundial y regional.

En los últimos años la actividad turística nacional forma parte esencial de los sectores de desarrollo e impulso económico, lo cual ha permitido posicionarse dentro de las más grandes fuentes de ingresos para la economía nacional.

Los constantes cambios de los factores externos que afectan al mercado turístico en general, deben tenerse en consideración conjuntamente con los factores de carácter local, los cuales, en la mayoría de los casos, corresponden tomar acciones conjuntas y coherentes dentro del aparato gubernamental para la elaboración y ejecución de una política de turismo.

A pesar de contar con grandes dificultades, se evidencia que dentro de cada tipo de servicio prestado por las empresas (salud y turismo) existe valor agregado al producto que otorgan, es por ello que la rivalidad interna del clúster es favorecida mediante la innovación, sin embargo no alcanza la meta del posicionamiento

internacional, debido a la carencia de: Promoción, la identificación del producto o servicio como nacional y especialmente a la carencia de normas de calidad.

La demanda del turismo de salud en Guatemala recae sobre la capacidad de la oferta, en este caso específico Guatemala ofrece múltiples atracciones turísticas, diversidad de tratamientos médicos, accesibilidad etc.; a pesar de ser un punto favorable, la estrategia y el mecanismo de atracción del turista de salud, se ve enviciado por factores externos como la certeza jurídica del facilitador y la concentración de estos servicios a un grupo determinado de demandantes.

## **RECOMENDACIONES.**

Es necesario solventar el tema de seguridad, el turismo debe considerablemente su desarrollo a la imagen y percepción que se tenga sobre el destino, es de suma importancia si se tiene como objetivo de desarrollo al turismo, enfocarse en el enfrentamiento a actividades directamente relacionadas con la inseguridad, como el crimen organizado y el narcotráfico.

Se recomienda implementar programas de capacitación y especialización en los sectores exportadores, los cuales permitan obtener un amplio conocimiento de la dinámica del comercio internacional, ya que la falta de preparación y la baja competitividad empresarial y estatal, constituyen una de las limitantes más comunes de inserción en los mercados internacionales.

El clúster de turismo de salud guatemalteco debe poseer una serie de certificaciones de calidad, que permitan que los productos y servicios ofrecidos puedan competir con las normas internacionales requeridas en el mercado internacional, así mismo, es de suma importancia incluir profesionales altamente calificados que puedan ofrecer servicios médicos-turísticos.

Se deben plantearse estrategias publicitarias a fin de dar a conocer local y externamente en que consisten los servicios de turismo de salud en Guatemala, ya sea por medios televisivos, ferias, congresos, páginas web o redes sociales, como lo han hecho otros destinos en turismo de salud alrededor del mundo.

La estrategia competitiva implementada en el cluster de turismo de salud en Guatemala esta en función de las interrelaciones que se establezcan entre las empresas, INGUAT y AGEXPORT, por tanto debe implementarse una estrategia que permita ir más allá del contacto de facilitadores y promoción; con la finalidad de exponer al mundo la potencialidad del turismo de salud.

## GLOSARIO.

**Clúster:** Un clúster es un grupo de compañías y asociaciones interconectadas, las cuales están geográficamente cerca, se desempeñan en un sector de industria similar, y están unidas por una serie de características comunes y complementarias<sup>118</sup>.

**Clúster Turístico:** Según la OMT un clúster turístico es el espacio geográfico en el que tiene lugar la totalidad de la experiencia turística, condición que justifica que sólo con la acción coordinada de todos los agentes del sector se logra satisfacer la experiencia turística más plena a los visitantes.

**Comercio electrónico:** El e-commerce como también es llamado, consiste en comprar y vender productos o servicios a través de sistemas electrónicos como Internet y otras redes computacionales.

**Comercio de servicios:** Consiste en los sectores de aseguradoras, telecomunicaciones, turismo, cadenas hoteleras y compañías de transporte; agrupadas dentro del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios AGCS-GATTs, de la OMC.

**Competitividad:** Capacidad de los individuos y las empresas para competir, de manera que alcancen y superen los estándares internacionales en sus distintos ámbitos de acción. La misma se origina en la fortaleza y la eficiencia de la infraestructura productiva y técnica de cada país, así como en los elementos que determinan el entorno económico, social e institucional en que aquellas operan.

**Competitividad de los destinos turísticos:** Se entiende como la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores<sup>119</sup>. La capacidad de un país para crear valor añadido e incrementar, de esta forma, el bienestar nacional mediante la gestión de ventajas y procesos, atractivos,

---

<sup>118</sup> Porter Michael. The Competitive Advantage of Nations.

<sup>119</sup> Hassan S.S, Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry.

agresividad y proximidad, integrando las relaciones entre los mismos en un modelo económico y social<sup>120</sup>.

**Mercado:** El mercado se compone de una zona geográfica y del producto o servicios como esencia, constituyendo la oferta, la demanda es comprendida por los clientes quienes consumen los productos o servicios

**Mercado turístico:** Es donde confluye la oferta y la demanda turística, la oferta turística se basa en unos recursos e infraestructuras para atraer y prestar los correspondientes servicios a los turistas. Estos productos y servicios turísticos deben competir en el mercado frente a otros para conseguir una sólida demanda.

**Organismos internacionales:** Asociaciones voluntarias de Estados establecidas por acuerdo internacional, dotadas de órganos permanentes, propios e independientes, encargados de gestionar unos intereses colectivos y capaces de expresar una voluntad jurídicamente distinta de la de sus miembros<sup>121</sup>.

**Turismo:** Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas OMT, el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) 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 otros motivos.

**Turismo de Salud:** El turismo de bienestar (Health and Wellness tourism), es una modalidad turística en la cual se viaja a otro país para obtener ventajosos servicios médicos, quirúrgicos (plásticos o estéticos), dentales, de spa, etc.<sup>122</sup>

---

<sup>120</sup> Ritchie B. & Geoffrey Crouch. The Competitive Destination a Sustainable Perspective.

<sup>121</sup> Díez de Velasco, Manuel, Las organizaciones internacionales.

<sup>122</sup> [www.visitguatemala.com](http://www.visitguatemala.com) Fecha de consulta noviembre 9 de 2008

## **BIBLIOGRAFÍA.**

### **Libros:**

1. Ávila De León Huber Apertura comercial del mercado guatemalteco, 1986 - 1990. Guatemala: USAC, 1994.
2. Buhalis, D. Strategic use of information technologies in the tourism industry. Tourism Management.1998.
3. De La Iglesia Jesús, El Orden Económico Mundial FMI BM Y GATT Ed. Síntesis 1996.
4. Díez de Velasco Vallejo, Manuel Las organizaciones internacionales Madrid: Tecnos, 1995.9a ed.
5. Flores Ruiz, David, tesis doctoral. Competitividad sostenible de los espacios naturales protegidos como destinos turísticos: un análisis comparativo de los parques naturales sierra de Aracena y picos de Aroche y sierras de Cazorla, segura y las villas.Universidad De Huelva Facultad De Ciencias Empresariales Departamento De Economía General Y Estadística.
6. González Sesam, Gladys Angélica La cooperación española y su incidencia en el desarrollo sostenible de la sociedad guatemalteca. Plan de acción para la promoción del turismo sostenible en el departamento de Sololá, Guatemala / Guatemala: USAC, 2008.
7. Gómez Dantes, Octavio; Frenk, Julio; Cruz, Carlos. Fonte: Boletín de la Oficina Sanitaria Panamericana (OSP); 120(4):282-90, abr. 1996. ilustr. Díaz, David; Hurtado, Margarita El comercio de servicios de salud en América del Norte en el contexto del Tratado de Libre Comercio / The health services trade in North America within the context of the North American Free Trade Agreement.
8. Gutiérrez Santos, Jeannette Nohemy Incidencias de las declaraciones de las cumbres de presidentes centroamericanos en las estrategias de desarrollo turístico del Instituto Guatemalteco de Turismo. Guatemala: USAC, 2008.
9. Ingram J C - M Dunn Robert Jr. Economía Internacional Editorial Limusa SA De CV Grupo Noriega Editores, México DF. 2001.

10. López Aquino, Karla Verónica Impacto de la tecnología en las operaciones de comercio exterior. Guatemala: USAC, 2007.
11. Organización Panamericana de la Salud; jul. 1994. [110] p. (OPS. Serie Informes Técnicos, 33). El comercio internacional de servicios de salud: principales cuestiones y oportunidades para los países de América Latina y el Caribe / International trade in health services: main issues and opportunities for the countries of Latin America and the Caribbean. Fonte: Washington, D.C.
12. Paz Quezada, Claudia Yolanda Análisis comparativo del desarrollo ecoturístico entre Costa Rica y Guatemala, como fuerza importante para reducir la pobreza en las comunidades rurales / Claudia Yolanda Paz Quezada. Guatemala: USAC, 2007.
13. Pérez Pérez, Manuela; Martínez Sánchez, Angel; Abella Garcés, Silvia. Boletín Económico De Ice N° 2733. El Sector Turístico Y El Comercio Electrónico.
14. Pérez Pérez, Manuela; Martínez Sánchez, Angel; Abella Garcés, Silvia; Gorgemans Sophie. Turismo y Comercio Electrónico: Implicaciones Tecnológicas para la Gestión en el Sector Turístico.
15. Santos Monzón, Fluvia Karina Negociaciones comerciales, la apertura externa de Guatemala y el programa de agregados comerciales, inversión y Guatemala: USAC, 2002.
16. Velazco Gamboa, Emilio; Aguirre Tanús, Javier Aproximación a la tipología y modalidades del turismo contemporáneo [www.tuobra.unam.mx/publicadas](http://www.tuobra.unam.mx/publicadas).
17. Vieira Cesar A. and Bolis, Mónica Program on Public Policy and Health, Division of Health and Human Development, Pan American Health Organization PHO. Trade in health services in the Region of the Americas, Prepared by Ellen Wasserman with the assistance of Santiago Cornejo, November, 1999. Coordinated and reviewed by.
18. Vizcaíno Maldonado, Vilma Guísela. El Ingreso De Guatemala Al Acuerdo General Sobre Aranceles Aduaneros Y Comercio GATT Y Sus Perspectivas Dentro Del Comercio Internacional, (1986-1990) Guatemala: USAC, 1992.

19. VV Staff, Briz Escribano, Julián; Laso Isidro Ballesteros Edición: 2 Publicado por Mundi-Prensa Libros, 2001 Internet y Comercio electrónico características, estrategias, desarrollo y aplicaciones.

**Documentos Jurídicos:**

20. Acuerdo general sobre el comercio de servicios GATTTS.  
21. Gabinete de turismo acuerdo gubernativo no. 227-2008.  
22. Ley para el reconocimiento de las comunicaciones y las firmas electrónicas. Decreto 47-2008.  
23. UN System Chart Spanish.

**Revistas:**

24. OMS-OMC (2002), "Los Acuerdos de la OMC y la Salud Pública: Estudio conjunto de la OMS y la Secretaría de la OMC".  
25. Perspectivas de Salud - La revista de la Organización Panamericana de la Salud.  
26. Turismo-de-salud-propulsa-acciones Volumen 9, Número 2, 2004 [ascanio.blogspot.com/2007/07/](http://ascanio.blogspot.com/2007/07/).  
27. Trends in European Internet Distribution - of Travel and Tourism Services by Carl H. Marcussen, PhD, Senior Researcher, Centre for Regional and Tourism Research, Denmark.

**Paginas Web:**

28. Boletín ONU [www.nacionesunidas.org.mx](http://www.nacionesunidas.org.mx) Fecha de consulta marzo 2009  
29. Boletines OMS [www.cub.ops-oms.org/boletines/SERIADOS/SDROPS/DOC-15.sdr.doc](http://www.cub.ops-oms.org/boletines/SERIADOS/SDROPS/DOC-15.sdr.doc).  
30. CA busca divisas en turismo de salud [www.heraldohn.com](http://www.heraldohn.com) Fecha de consulta mayo 2009.  
31. Camara de Turismo. [camtur.org](http://camtur.org) Fecha de consulta noviembre 2008.  
32. Centroamérica busca divisas en turismo de salud [www.lavozdelsandinismo.com](http://www.lavozdelsandinismo.com) Fecha de consulta mayo 2009.

33. Centroamérica tan pequeña... tan grande [www.visitcentroamerica.com](http://www.visitcentroamerica.com) Fecha de consulta junio 2009.
34. Congreso De La República De Guatemala [www.congreso.gob.gt](http://www.congreso.gob.gt) Fecha de consulta junio 2009.
35. Comercio Electronico [es.wikipedia.org/wiki/Comercio\\_electrónico](http://es.wikipedia.org/wiki/Comercio_electrónico) Fecha de consulta mayo 2009.
36. Costa Rica Tourism [www.tourism.co.cr](http://www.tourism.co.cr) Fecha de consulta junio 2009.
37. CUBANACAN [www.cubanacan.cu](http://www.cubanacan.cu) Fecha de consulta junio 2009.
38. Destinos, Viajes y Turismo [www.destinosblog.com](http://www.destinosblog.com) Fecha de consulta mayo 2009.
39. Diario de Centroamérica [Www.Dca.Gob.Gt](http://Www.Dca.Gob.Gt) Fecha de consulta mayo 2009.
40. Divisas Turismo de Salud Centroamérica. [www.radiolaprimerisima.com](http://www.radiolaprimerisima.com) Fecha de consulta enero 2009.
41. elPeriodico de Guatemala [www.elperiodico.com.gt/](http://www.elperiodico.com.gt/) -.
42. INGUAT [www.visitguatemala.com](http://www.visitguatemala.com) Fecha de consulta noviembre 2008.
43. Ministerio de Economía Guatemala [www.mineco.gob.gt](http://www.mineco.gob.gt) Fecha de consulta noviembre 2008.
44. Ministerio de Relaciones Exteriores Guatemala [www.minex.gob.gt](http://www.minex.gob.gt) Fecha de consulta junio 2009.
45. Latin America Medical Tourism and Health Tourism Congress [www.LatinAmericaMedicalTourismCongress.com](http://www.LatinAmericaMedicalTourismCongress.com) Fecha de consulta abril 2009.
46. Los e-Commerce o Comercio electrónico - AplicacionesEmpresariales.com [www.aplicacionesempresariales.com/los-e-commerce-o-comercio-electronico](http://www.aplicacionesempresariales.com/los-e-commerce-o-comercio-electronico). Fecha de consulta abril 2009.
47. Organización Mundial de la Salud Es.Wikipedia.Org/Wiki/ Fecha de consulta abril 2009.
48. Organización\_Mundial\_De\_Comercio Es.Wikipedia.Org/Wiki/ Fecha de consulta abril 2009.
49. Prensa Libre - Edición electrónica - Portada [www.prensalibre.com.gt/](http://www.prensalibre.com.gt/) -.

50. Squadra Digital » Posicionamiento Web [www.squadradigital.com](http://www.squadradigital.com) Fecha de consulta febrero 2009.
51. Turismo asociado a la salud [www.quimica.es](http://www.quimica.es) Fecha de consulta febrero 2009.
52. [Turismocultural@sectur.gob.mx](mailto:Turismocultural@sectur.gob.mx) Fecha de consulta mayo 2009.
53. [Turismotermal.org](http://Turismotermal.org) Fecha de consulta junio 2009.
54. Turismo de salud en Asia [www.healthtourisminasia.com](http://www.healthtourisminasia.com) Fecha de consulta mayo 2009.
55. Turismo de salud en Alemania Facts about Germany [www.tatsachen-ueber-deutschland.de](http://www.tatsachen-ueber-deutschland.de) Fecha de consulta junio 2009.
56. Turismo de salud en Bulgaria [www.whichbulgarianproperties.com](http://www.whichbulgarianproperties.com) Fecha de consulta junio 2009.
57. Turismo de salud en Cuba [www.dtcuba.com/dtc/ShowReport.aspx](http://www.dtcuba.com/dtc/ShowReport.aspx) Fecha de consulta mayo 2009.
58. [Wikipedia.org](http://Wikipedia.org) Fecha de consulta enero 2009.
59. World Health Association [Www.Who.Int/Entity/Trade/En/Thpart3chap10.Pdf](http://Www.Who.Int/Entity/Trade/En/Thpart3chap10.Pdf) Fecha de consulta abril 2009.
60. World Medical Tourism & Global Health Congress [www.MedicalTourismCongress.com](http://www.MedicalTourismCongress.com) Fecha de consulta abril 2009.
61. World Tourism Organization [Www.Wto.Org](http://Www.Wto.Org) Fecha de consulta abril 2009.
62. World\_Trade\_Organization [En.Wikipedia.Org/Wiki/](http://En.Wikipedia.Org/Wiki/) Fecha de consulta abril 2009.
63. [Www.hoteleshn.com/...infraestructuras-turísticas](http://Www.hoteleshn.com/...infraestructuras-turísticas) Fecha de consulta mayo 2009.
64. [Www.visitingeuropa.com](http://Www.visitingeuropa.com) Fecha de consulta mayo 2009.
65. [Www.Choike.Org](http://Www.Choike.Org) Fecha de consulta marzo 2009.
66. Yahoo noticias [es.noticias.yahoo.com](http://es.noticias.yahoo.com) Fecha de consulta junio 2009.

**ANEXOS.**

## **ANEXO 1**

### **Entrevistas.**

#### **a) Entrevista Dra. Mildred Llerena:**

**Formulas Alternativas FORAL S.A**

**Representante de Medicina Alternativa del clúster de turismo de salud en AGEXPORT.**

**Fecha de Entrevista: Agosto 24 de 2009, 11:30hrs.**

**Resumen de la entrevista:**

- **Describió la forma en la cual se creó el clúster.**
- **Indicó que el clúster no maneja estadística.**
- **Planteó la necesidad de implementar una estrategia competitiva hacia el exterior.**
- **Indicó que la demanda de este servicio proviene de connacionales radicados en los Estados Unidos y demanda local, enfatizando que en un reducido número provienen de extranjeros.**

#### **b) Entrevista**

**Lic. Estuardo Wer Llerena**

**Formulas Alternativas FORAL S.A, Mercadeo y posicionamiento.**

**Fecha de Entrevista: Agosto 24 de 2009, 12:00hrs.**

**Resumen de la entrevista:**

- **Indicó su actividad durante las ferias.**
- **Hizo mención del modo de contacto a través de las ferias.**
- **Subrayó la importancia de la promoción turística y de los servicios de salud por medios electrónicos.**

- Expuso la necesidad de la certificación de calidad.
- Señaló que el turista de salud analiza la oferta según los costos y el potencial turístico, sin embargo la situación violenta del país y el crimen organizado afecta totalmente, el clima de negocios.

c) Entrevista Lic. Luis Gálvez

**PRONACOM**

Luis Gálvez, coordinador de clusters del PRONACOM

Fecha de Entrevista: Agosto 25 de 2009, 11:45 hrs.

Resumen de la entrevista:

- Planteó el nacimiento del clúster de turismo de salud
- Identificó que la falta de cohesión dentro de los sectores que constituyen el clúster, han marcado un bajo desarrollo.
- Explicó que el clúster será competitivo internacionalmente al sumarse el valor agregado en cada una de las áreas que presta éste servicio.
- Indicó que con el número de recursos y diversidad turística, Guatemala cuenta con mayores potencialidades dentro del mercado turístico, en comparación con otros países, por tal motivo enfatiza potencializar la competitividad del clúster.
- Señaló que aparte de la estrategia aplicada para la atracción de turistas de salud, se debe otorgar un especial lugar a la propia experiencia, el comentario “boca a boca” y los testimonios, por medio de los cuales han creado notoriedad a otros destinos.
- Mencionó que los principales destinos de salud con que compite Guatemala a nivel internacional son El Salvador y Costa Rica.
- Hizo énfasis en que a pesar que Guatemala ofrece servicios de salud y bienestar, de buena calidad a costos bajos; los principales retos del mercado de turismo de salud nacional son: La carencia de certeza jurídica en los

tratamientos, las normas de calidad a nivel internacional, una estrategia por segmentos turísticos en donde se incluya la promoción del turismo de salud y el reto de la seguridad.

**d) Entrevista Carlos Chali**

**Aeropuerto Internacional la Aurora, Mantenimiento de Aviones**

**Fecha de Entrevista: Agosto 28 de 2009; 9:00 hrs.**

**Resumen de la Entrevista:**

- Indicó que los cambios en el Aeropuerto Internacional La Aurora prestan mayores comodidades a viajeros y al personal; la rampa cuenta con el diseño internacional, se redujo el desorden de la sala, cuestión que afecta a los negocios en especial a los restaurantes debido al incremento del costo de arrendamiento de locales.
- A nivel de radio ayuda, navegación de aviones y equipo de entrada, mencionó que hace falta equipamiento como un Radar Primario, Instrument Landing System ISL. Así mismo señaló que la pista se encuentra en malas condiciones, además el tránsito es lento por la distancia entre la pista de aterrizaje y la pista de rodaje.
- Respecto a la situación de los Bomberos explico que a partir de los atentados de 091101, entre las medidas de seguridad cada miembro de personal debe portar un gafete de identificación para un área determinada, esto quiere decir que a pesar de la capacitación de los bomberos en emergencias aeroportuarias, deberían registrarse cada día.
- En cuanto a las aerolíneas indicó que las aerolíneas manejan contratos sobre combustibles de seis meses a un año, en donde pueden mantener el precio, sin embargo hay que tomar en cuenta el número de aviones por flota y los acuerdos bilaterales.

## ANEXO 2

### Gabinete específico de turismo en Guatemala, acuerdo gubernativo número 227-2008.

| Fundado en 1880 |

# Diario de Centro América

DECANO DE LA PRENSA CENTROAMERICANA | ÓRGANO OFICIAL DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA, C. A.

MARTES 23

El miércoles 23 de enero de 2008

www.dca.gob.gt

## Sumario

<b>ORGANISMO LEGISLATIVO</b>
<b>CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA</b>
DECRETO NÚMERO 47-2008
DECRETO NÚMERO 48-2008
<b>ORGANISMO EJECUTIVO</b>
<b>MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES</b>
SEGUNDO PROTOCOLO AL TRATADO MARCO DEL MERCADO ELÉCTRICO DE AMÉRICA CENTRAL.
<b>MINISTERIO DE FINANZAS PÚBLICAS</b>
Acuérdase derogar el Acuerdo Gubernativo sin número, de fecha 16 de enero de 1978, publicado en el Diario de Centro América el 25 de enero de 1978.
<b>PUBLICACIONES VARIAS</b>
<b>MUNICIPALIDAD DE EL TUMBADOR, DEPARTAMENTO DE SAN MARCOS</b>
ACTA NÚMERO 47-2008 PUNTO TERCERO
<b>MUNICIPALIDAD DE JALAPA</b>
ACTA NÚMERO 40-25-08-2008
<b>ANUNCIOS VARIOS</b>
Matrimonios • Líneas de Transporte • Constituciones de Sociedad • Modificaciones de Sociedad • Disolución de Sociedad • Patentes de Invención • Registro de Marcas • Títulos Supletorios • Edictos • Remates •

### ATENCIÓN ANUNCIANTES:

#### IMPRESIÓN SE HACE CONFORME ORIGINAL

Toda impresión en la parte legal del Diario de Centro América, se hace respetando el original. Por lo anterior, esta administración ruega al público tomar nota.

## ORGANISMO LEGISLATIVO



### CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA

#### DECRETO NÚMERO 47-2008

#### EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA

#### CONSIDERANDO:

Que el Estado como responsable del bien común debe mantener, reforzar y aplicar políticas y acciones que permitan una mayor participación en la dinámica y beneficios del desarrollo económico y social libre, la modernización, los procesos económicos sin trabas ni obstáculos artificiales, así como la inserción del país en las corrientes del progreso mundial de manera sostenible y equitativa.

#### CONSIDERANDO:

Que la inmersión masiva de la tecnología en nuestra sociedad es una realidad que no podemos ignorar y por ende se debe revisar los conceptos y visiones tradicionales del mundo físico para adaptarlos al actual contexto del mundo digital.

#### CONSIDERANDO:

Que la promoción del comercio electrónico en todos sus aspectos requiere de una legislación cuyo fundamento sea, entre otros, la facilitación del comercio electrónico en el interior y más allá de las fronteras nacionales, la validación, fomento y estímulo de las operaciones efectuadas por medio de las nuevas tecnologías de la información sobre la base de la autonomía de la voluntad y el apoyo a las nuevas prácticas comerciales, tomando en cuenta en todo momento la neutralidad tecnológica.

#### CONSIDERANDO:

Que la integración al comercio electrónico global requiere que sean adoptados instrumentos técnicos y legales basados en los modelos de legislación internacional que buscan la uniformización de esta rama del derecho tan especializada, y que debe dársele seguridad jurídica y técnica a las contrataciones, comunicaciones y firmas electrónicas mediante el señalamiento de la equivalencia funcional a estas últimas con respecto a los documentos en papel y las firmas manuscritas.

#### POR TANTO:

En ejercicio de las atribuciones que le confiere la literal a) del artículo 171 de la Constitución Política de la República,

#### DECRETA:

La siguiente:

#### LEY PARA EL RECONOCIMIENTO DE LAS COMUNICACIONES Y FIRMAS ELECTRÓNICAS

ANEXO 2

Gabinete específico de turismo en Guatemala, acuerdo gubernativo número 227-2008.

**Artículo 1. CREACIÓN.** Se crea el GABINETE ESPECÍFICO DE TURISMO, con la finalidad de coordinar, promover e impulsar las políticas, estrategias y acciones que conduzcan al mejor aprovechamiento de los recursos turísticos, económicos y administrativos para el desarrollo de nuevas opciones de crecimiento y transformación de la realidad socioeconómica del Estado en materia turística, en el corto mediano y largo plazo.

**Artículo 2. INTEGRACIÓN:** El Gabinete Específico de Turismo se integra por:

- a. El Vicepresidente de la República, quien lo preside y coordina.
- b. El Ministro de Relaciones Exteriores.
- c. El Ministro de Gobernación.
- d. El Ministro de Economía.
- e. El Ministro de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda.
- f. El Ministro de Ambiente y Recursos Naturales.
- g. El Ministro de Cultura y Deportes.
- h. El Secretario de Coordinación Ejecutiva de la Presidencia.
- i. El Secretario de Comunicación Social de la Presidencia.
- j. El Director del Instituto Guatemalteco de Turismo.
- k. El Director del Consejo Nacional de la Juventud.
- l. El Presidente del Consejo Directivo Nacional del Fondo de Desarrollo Indígena Guatemalteco.
- m. El Presidente de la Academia de Lenguas Mayas.

En caso de ausencia del Vicepresidente de la República, el Gabinete Específico de Turismo será coordinado por el Ministro que el Vicepresidente de la República designe para el efecto. En caso de ausencia de alguno de los Ministros, Secretarios de la Presidencia o Directores que integran el gabinete, la calidad de Viceministro, Subsecretario o Subdirector que el Jefe designe o que se encuentre encargado del despacho, según el caso.

Cuando la agenda de las reuniones del Gabinete Específico de Turismo lo requiera o cuando el Vicepresidente de la República, en su calidad de presidente y coordinador del mismo, lo considere oportuno se atiendan a la agenda prevista, se podrá invitar a participar a las reuniones, o a parte de ellas, a los funcionarios o directores de otras entidades gubernamentales, descentralizadas, autónomas e incluso de carácter privado o social.

Los integrantes del Gabinete Específico de Turismo y quienes sean invitados a participar en él lo harán en forma ad honorem.

**Artículo 3. OBJETIVOS.** Los objetivos del Gabinete Específico de Turismo son:

- a) Coordinar la actividad turística en beneficio del desarrollo social y económico.
- b) Promover la adopción de políticas que impulsen el desarrollo turístico.
- c) Promover el fortalecimiento de la infraestructura turística.
- d) Promover la sustentabilidad financiera de la actividad turística.
- e) Promover el Desarrollo Sostenible, con pertinencia cultural.

**Artículo 4. REUNIONES.** El Gabinete específico de Turismo se reunirá ordinariamente una vez cada dos meses, conforme la programación que para el efecto prepare el Vicepresidente de la República, quien se encargará de la convocatoria respectiva. Extraordinariamente, se reunirá las veces que sea necesario, por convocatoria del Presidente de la República, del Vicepresidente de la República o a solicitud de por lo menos dos de sus integrantes.


**Artículo 5. INFORMES.** El Gabinete Específico del Turismo deberá rendir informe bimensual al Presidente de la República sobre el avance o estado que guardan las políticas que se implementan para la consecución de sus objetivos.



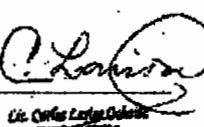
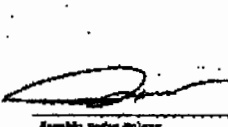

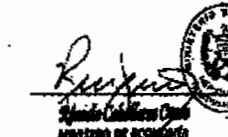
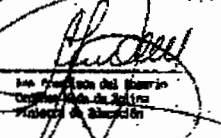
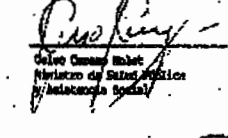
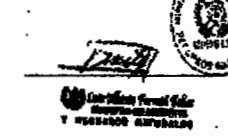
**Artículo 6. COLABORACIÓN.** En atención a la importancia y trascendencia del turismo, todos los ministerios y entes descentralizados del Estado prestarán la máxima colaboración al Gabinete de Turismo.

**Artículo 7. PLAZO.** El gabinete específico que por medio del presente Acuerdo Gubernativo se crea funcionará durante un plazo de cuatro años.

**Artículo 8. VIGENCIA.** El presente Acuerdo Gubernativo entrará en vigencia el día siguiente al de su publicación en el Diario de Centro América.

CONCORDARSE

  
ALVARO COLON CASABÉ

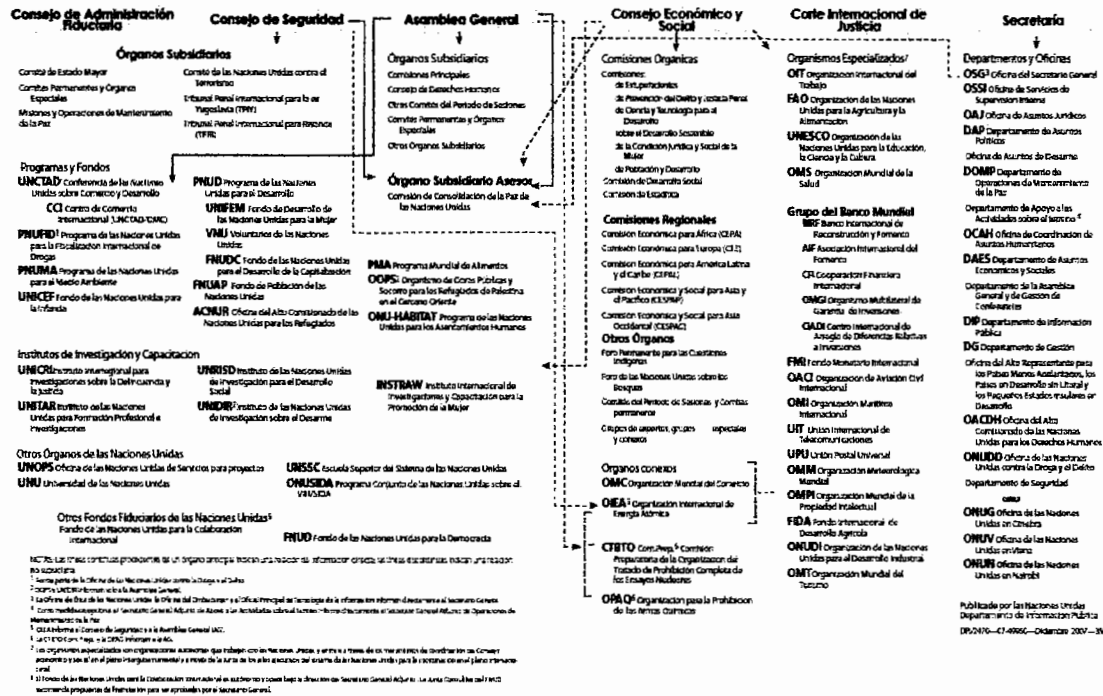

  
Rafael Espinoza  
Vicepresidente de la República
  
Lic. Carlos Enrique Colón  
Ministro de Relaciones Exteriores
  
Humberto Rodríguez  
Ministro de Relaciones Exteriores
  
Lic. Felipe Escobar García  
Jefe del Estado Mayor de la Defensa Nacional  
Encargado del Despacho
  
Lic. Ricardo Vargas Gilvez  
Ministro de Comunicaciones,  
Infraestructura y Vivienda
  
Lic. Julio Oscar Torres  
Ministro de Agricultura,  
Ganadería y Alimentación
  
Ricardo Cordero  
Ministro de Economía
  
Francisco Álvarez  
Ministro de Gobernación
  
Lic. María Leticia Cerezo  
Subsecretaria de Turismo
  
Lic. Francisco del Mar  
Comandante de la Fuerza  
Armada de Guatemala
  
César Ocasio  
Ministro de Salud Pública  
y Asistencia Social
  
Carlos José  
Ministro de Energía y Minas
  
Lic. Carlos Fuentetaja  
Subsecretario de Turismo  
y Desarrollo Turístico
  
Juan Alberto  
Ministro de Fomento Rural  
y Desarrollo Agrario

# ANEXO 3

## Sistema de Naciones Unidas

### Sistema de las Naciones Unidas

#### Órganos principales



# ANEXO 4

## Caricatura del Mes. La Revista del Comercio Exterior Data Export. N° 6, 2009 AGEXPORT.

