

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIA POLITICA

**“EL TURISMO DE SALUD EN GUATEMALA COMO UNA PLATAFORMA
PARA LA ATRACCIÓN DE DIVISAS INTERNACIONALES EN EL MARCO
DE LA GLOBALIZACIÓN. ANÁLISIS DEL PERÍODO 2010.”**



INTERNACIONALISTA

Guatemala, febrero de 2013

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

RECTOR MAGNIFICO

Lic. Carlos Estuardo Gálvez Barrios

SECRETARIO GENERAL

Dr. Carlos Guillermo Alvarado Cerezo

CONSEJO DIRECTIVO DE LA ESCUELA DE CIENCIA POLITICA

DIRECTORA:	Licda. Geidy Magali De Mata Medrano
VOCAL I:	Licda. Mayra Villatoro Del Valle
VOCAL II:	Lic. Juan Carlos Guzmán Morán
VOCAL III:	Lic. Jorge Luis Zamora Prado
VOCAL IV:	Br. Maylin Valeria Montufar Esquina
VOCAL V:	Br. Román Castellanos Caal
SECRETARIO:	Lic. Marvin Norberto Morán Corzo

TRIBUNAL QUE PRACTICO EL EXAMEN DEL EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

COORDINADORA:	Licda. Carmen Olivia Alvarez Bobadilla
EXAMINADORA:	Licda. Sonia Abigail Pérez Pivaral
EXAMINADORA:	Licda. Beatriz Eugenia Bolaños Sagastume

TRIBUNAL QUE PRACTICO EL EXAMEN DE GRADUACIÓN

DIRECTORA:	Licda. Geidy Magali De Mata Medrano
SECRETARIO:	Lic. Marvin Norberto Morán Corzo
COORDINADOR:	Lic. Francisco José Lemus Miranda
EXAMINADORA:	Licda. Cecile Paola Tahuico Guzmán
EXAMINADOR:	Lic. Henry Dennys Mira Sandoval

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)



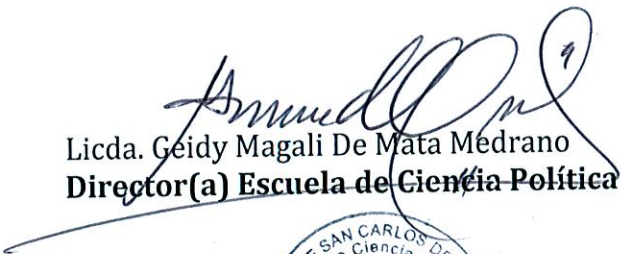
Escuela de Ciencia Política

**ESCUELA DE CIENCIA POLITICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE
GUATEMALA:** Guatemala, uno de febrero del año dos mil trece.-----

Con vista en los dictámenes que anteceden y luego de verificar la autenticidad de la certificación de Examen de Suficiencia y/o cursos aprobados por la Escuela de Ciencias Lingüísticas, se autoriza la impresión de la Tesis titulada: **"EL TURISMO DE SALUD EN GUATEMALA COMO UNA PLATAFORMA PARA LA ATRACCIÓN DE DIVISAS INTERNACIONALES EN EL MARCO DE LA GLOBALIZACIÓN. ANÁLISIS DEL PERÍODO 2010"** presentada por el (la) estudiante **MARÍA MERCEDES MUÑOZ GARCÍA**, carnet No. 200512301

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Geidy Magali De Mata Medrano
Director(a) Escuela de Ciencia Política

Se envía el expediente
c.c.: Archivo
9/myda





ACTA DE DEFENSA DE TESIS

En la ciudad de Guatemala, el día ocho de octubre del dos mil doce, se efectuó el proceso de verificar la incorporación de observaciones hechas por el Tribunal Examinador, conformado por: Licda. Cecile Paola Tahuico Guzmán, Lic. Henry Dennys Mira Sandoval y Lic. Francisco José Lemus Miranda, Coordinador (a) de la Carrera de Relaciones Internacionales, el trabajo de tesis: **"EL TURISMO DE SALUD EN GUATEMALA COMO UNA PLATAFORMA PARA LA ATRACCIÓN DE DIVISAS INTERNACIONALES EN EL MARCO DE LA GLOBALIZACIÓN. ANÁLISIS DEL PERÍODO 2010 "**, presentado por el (la) estudiante **MARÍA MERCEDES MUÑOZ GARCÍA**, carnet no. **200512301** razón por la que se da por **APROBADO** para que continúe con su trámite.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Lic. Francisco José Lemus Miranda
Coordinador(a) de Carrera



c.c.: Archivo
myda/



ACTA DE DEFENSA DE TESIS

En la ciudad de Guatemala, el día treinta y uno de agosto dos mil doce, se realizó la defensa de tesis presentada por (el) la estudiante **MARÍA MERCEDES, MUÑOZ GARCÍA, carnet No. 200512301**, para optar al grado de Licenciado (a) en **Relaciones Internacionales** titulada: **"EL TURISMO DE SALUD EN GUATEMALA COMO PLATAFORMA PARA LA ATRACCIÓN DE DIVISAS INTERNACIONALES EN EL MARCO DE LA GLOBALIZACIÓN. ANÁLISIS DEL PERÍODO 2010"**, ante el Tribunal Examinador integrado por: Licda. Cecile Paola Tahuico Guzmán, Lic. Henry Dennys Mira Sandoval y Lic. Francisco José Lemus Miranda, Coordinador (a) de la Carrera de Relaciones Internacionales. Los infrascritos miembros del Tribunal Examinador desarrollaron dicha evaluación y consideraron que para su aprobación deben incorporarse algunas correcciones a la misma.

Licda. Cecile Paola Tahuico Guzmán
Examinadora

Lic. Henry Dennys Mira Sandoval.
Examinador

Lic. Francisco José Lemus Miranda
Coordinador(a) de Carrera



c.c.: Archivo
myda/



Escuela de Ciencia Política

**ESCUELA DE CIENCIA POLITICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE
GUATEMALA:** Guatemala, uno de agosto del año dos mil doce.-----

ASUNTO: El (la) estudiante **MARÍA MERCEDES MUÑOZ
GARCÍA, carnet No. 200512301**, continúa trámite
para la realización de su Tesis.

Habiéndose emitido el dictamen correspondiente por parte de la Lic. Luis David Winter Luther, en su calidad de Asesor (a), pase al Coordinador (a) de la Carrera de RELACIONES INTERNACIONALES para que proceda a conformar el Tribunal Examinador que escuchará y evaluará la defensa de tesis, según Artículo Setenta (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 Escuela de Ciencia Política

Se envía el expediente
c.c.: Archivo
myda/
7



Guatemala, julio 26 de 2012

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

Estimada Licda. De Mata:

En atención a la asignación como Asesor de Tesis de la estudiante María Mercedes Muñoz Gracia, en el tema de investigación denominado: "El Turismo de Salud en Guatemala como una plataforma para la atracción de divisa internacionales en el marco de la globalización. Análisis del periodo 2010"; tengo el honor de dirigirme a usted para manifestarle que desde el momento en que se oficializo dicha designación, he tenido a bien orientar y revisar el trabajo de investigación elaborado por la estudiante.

En tal virtud, considero que el trabajo se realizó 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 la 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

A handwritten signature in black ink, appearing to read "David Winter Luther". To the left of the signature is a large, stylized circular mark, possibly a stamp or a flourish.

Lic. David Winter Luther

Asesor
Internacionalista
Colegiado: 1490

ESCUELA DE CIENCIA POLITICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, Guatemala veinte días del mes de marzo del dos mil doce.-----

ASUNTO: el (la) estudiante **MARIA MERCEDES MUÑOZ GARCIA**, Carnet No. **200512301** continúa trámite para la realización de su Examen de Tesis.

1. Habiéndose emitido el dictamen correspondiente por parte del Coordinador de Metodología, pase al (la) Asesor (a) de Tesis Lic. Luis David Winter Luther, 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, 15 de marzo del 2012

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 **MARIA MERCEDES MUÑOZ GARCIA**, Carné 200512301, titulado **"EL TURISMO DE SALUD EN GUATEMALA COMO UNA PLATAFORMA PARA LA ATRACCION DE DIVISAS INTERNACIONALES EN EL MARCO DE LA GLOBALIZACION. ANALISIS DEL PERIODO 2010"**. 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"

Dr. Gustavo Palma Murga
Coordinador Área de Metodología



Archivos
Se regresa Expediente completo
myda/
4/.

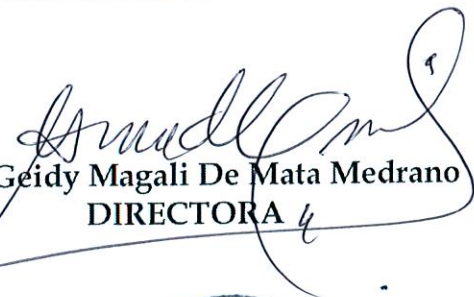
ESCUELA DE CIENCIA POLITICA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE
GUATEMALA: Guatemala, siete marzo del dos mil doce-----

ASUNTO: el (la) estudiante: **MARIA MERCEDES MUÑOZ GARCIA, Carnet 200512301** continúa trámite para la realización del examen de Tesis

1. Habiéndose aceptado el Tema de Tesis propuesto, por parte del (la) Coordinador (a) de la Carrera, Lic. *Franc8sco José Lemus Miranda*, pase al Coordinador de Metodología Dr. Gustavo Palma Murga 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, 2 de marzo del 2012

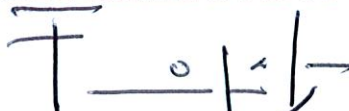
Licenciada
Geidy Magali De Mata, **Directora**
Escuela de Ciencia Política

Estimada Licenciada De Mata:

Por medio de la presente me permito informarle que verificados los registros de Tesis de la Escuela, el tema: **"EL TURISMO DE SALUD EN GUATEMALA COMO UNA PLATAFORMA PARA LA ATRACCION DE DIVISAS INTERNACIONALES EN EL MARCO DE LA GLOBALIZACION. ANALISIS DEL PERIODO 2010"**. Presentado por el (la) estudiante **MARIA MERCEDES MUÑOZ GARCIA**, **Carné No. 200512301**, puede autorizarse dado que el mismo no tiene antecedentes previos en nuestra Unidad Académica.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Lic. Francisco José Lenius Miranda
Coordinador Área Relaciones Internacionales



Se regresa expediente completo.

c.c.: Archivo
myda.

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

Guatemala, a los veintitrés días del mes de febrero del dos mil doce.-----

ASUNTO: el (la) estudiante: **MARIA MERCEDES MUÑOZ GARCIA**, Carnet
No. 200512301, 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 (la) Coordinador (a) de la Carrera correspondiente Lic. Francisco José Lemus Miranda, 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 Mata Medrano
DIRECTORA



Se envía el expediente completo.

myda

1/

DEDICATORIA

- A Dios:** Por su infinita misericordia, por ser mi roca fuerte y por sus múltiples bendiciones en cada momento de mi vida.
- A mis padres:** Miguel y Elba de Muñoz, por guiarme con su ejemplo y su amor. A mi papá por sus consejos y muy especial a mi mamá por ser un gran ejemplo de perseverancia, por las noches en desvelo y su enorme paciencia.
- A mis hermanos:** Miguel y Heber, por ser mis mejores amigos, por su apoyo incondicional en todo momento.
- A mi novio:** Miguel por todo su apoyo, paciencia y amor y por ser parte de mi vida.
- A mis abuelos:** Ramón y Felipe (†) y a mis abuelitas Virginia y Mercedes por todo su cariño y apoyo.
- A mis tías:** Yoli y Dora. Por sus sabios consejos y su cariño.
- A mi centro de estudios:** Universidad de San Carlos de Guatemala, en especial a la Escuela de Ciencia Política y a mis catedráticos por los conocimientos adquiridos.
- A:** Mis amigas/os y primas por su apoyo, por estar conmigo en las buenas y en las malas, muchas gracias!

INDICE

INTRODUCCION.	i
CAPITULO I.	1
1. ASPECTOS TEORICOS METODOLOGICOS.	1
CAPITULO II.	5
2. TURISMO.	5
2.1 Definición.	5
2.2 Antecedentes.	6
2.3 Tipos de turismo.	8
2.3.1 Turismo Ecológico.	8
2.3.2 Turismo Arqueológico.	8
2.3.3 Turismo Cultural.	8
2.3.4 Turismo de Salud.	8
2.3.5 Turismo Deportivo.	9
2.3.6 Turismo Histórico.	9
2.3.7 Turismo de Aventura.	9
2.3.8 Turismo Religioso.	9
2.4 El turismo como actividad económica.	9
CAPITULO III.	17
3. TURISMO DE SALUD.	17
3.1 Salud y Turismo de Salud	17
3.2 Antecedentes.	19
3.3 Diversidad de servicios y tratamientos que se ofrecen en Guatemala.	21
3.3.1 Clínicas Dentales.	21
3.3.2 Evaluación de Salud.	21
3.3.3 Cirugía Plástica.	22
3.3.4 Cirugías de Pérdida de Peso.	23
3.3.5 Radioterapia.	23
3.3.6 Cirugía General.	23
3.3.7 Tratamientos Anti-edad.	23
3.3.8 Terapias con Células Madre.	24
3.3.9 Spas.	24
3.4 Retos y Oportunidades que afronta el sector (Análisis FODA).	25
3.5 Repercusiones del Turismo de Salud en la Sociedad	28

CAPITULO IV.	31
4. PROMOCION DEL TURISMO DE SALUD EN EL EXTERIOR.	31
4.1 La promoción del turismo de salud para aumentar la competitividad.	31
4.2 Las políticas de promoción turística.	33
4.2.1 Política Turística.	34
4.2.1.1 Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2004-2012.	35
4.2.1.2 Política de Estado para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022.	37
4.3 Incidencia del sector público de forma directa e indirecta en la promoción	39
4.4 Organismos y Asociaciones relacionados con el turismo de salud.	40
4.4.1 Organización Mundial del Comercio.	40
4.4.1.1 El Comercio de Servicios y la OMC	41
4.4.1.2 El Acuerdo General sobre Comercio de Servicios	43
4.4.2 Organización Mundial del Turismo.	46
4.4.3 Organización Mundial de la Salud.	47
4.4.4 Asociación de Turismo Medico.	47
4.5 Instituciones a Nivel Nacional que Promueven el Turismo de Salud.	48
4.5.1 Instituto Guatemalteco de Turismo INGUAT.	48
4.5.1.1 Promoción del turismo de salud a través del Instituto Guatemalteco de Turismo.	49
4.5.2 Asociación Guatemalteca de Exportadores.	50
4.5.2.1 Promoción del turismo de salud a través de la Asociación Guatemalteca de Exportadores	50
4.5.2.2 La comisión de Turismo de Salud y Bienestar.	50
4.5.2.3 La promoción en el exterior.	51
4.6 Certificaciones Médicas.	53
4.6.1 Certificaciones para Hospitales.	57
4.6.2 Certificaciones para Clínicas.	58
CAPITULO V.	61
5. EL TURISMO DE SALUD COMO FUENTE DE DIVISAS.	61
5.1 Divisas.	61
5.2 Fuentes de Divisas.	61
5.3 Mercado de Divisas.	62
5.4 Tasa de Cambio Extranjero.	63
5.5 Sectores de la industria que se benefician con el turismo.	65
5.6 Ventajas Competitivas de Guatemala.	65
5.7 Ventajas Comparativas de Guatemala.	67
5.8 El Sector de Turismo de Salud como plataforma para la captación de Divisas	67

5.9 Importancia del sector de Turismo de Salud para la economía guatemalteca en el ámbito internacional.	74
CONCLUSIONES.	81
RECOMENDACIONES.	83
GLOSARIO.	85
BIBLIOGRAFIA.	87
ANEXOS	

INTRODUCCIÓN

La actividad del turismo se viene realizando desde hace muchos años en todas partes del mundo con diferentes fines, algunas personas viajan por ocio, descanso, cultura, otras por salud o negocios. Esta investigación esta enfocada al turismo con fines de salud.

El turismo y la salud son términos que se pueden relacionar fácilmente, ya sea en conjunto o por separado tienen una incidencia en la economía de los países ya que la salud no solo se aprecia como un indicador de desarrollo humano, si no como un recurso para incentivar el crecimiento económico de los países.

En los últimos años se ha podido apreciar un creciente aumento de personas que viajan de un país a otro en busca de servicios médicos. Mientras algunos viajan para buscar la mejor atención y calidad posible otros lo hacen debido al ahorro en precios que representa para algunas personas tratarse en otro país fuera de su residencia. En el marco de la globalización económica esto representa para Guatemala una plataforma para la atracción de divisas a nivel internacional, puesto que las personas que viajan de otros países para realizarse tratamientos médicos en Guatemala realizan gastos en el país contribuyendo a la captación de divisas, las cuales son importantes para el desarrollo de la economía. El país cuenta con médicos especializados, hospitales y clínicas equipadas con alta tecnología y una infraestructura adecuada para la captación de este tipo de turismo.

Este trabajo de estudio está orientado a investigar y analizar la atracción de divisas al país por medio de la actividad de turismo médico, así como los esfuerzos de las instituciones y organizaciones correspondientes para lograr la competitividad y desarrollo del sector a nivel internacional. Con el objeto de lograr el posicionamiento de Guatemala como un destino de turismo de salud de primer orden a través de una oferta más amplia de servicios.

Se estudiarán los retos y oportunidades del sector ya que esto ayudará a dar propuestas para incrementar la comercialización en el exterior y lograr posicionar a

Guatemala en el mercado internacional, alcanzando de esta forma una mayor atracción de divisas al país. La promoción del turismo de salud así como las acciones que se tomen en cuanto al desarrollo del sector y su competitividad a nivel internacional contribuye a que las personas decidan realizarse tratamientos médicos en Guatemala, incidiendo directamente en la economía guatemalteca debido a que el turista de salud gasta en hospedaje, alimentación, servicios médicos, de transporte, etc.

El informe se presenta en forma deductiva, de los conocimientos generales a los más específicos y se desarrolla de la siguiente forma.

En el primer capítulo se establecen los aspectos teóricos y metodológicos utilizados durante la elaboración de la investigación; en el cual se detallan los objetivos, teorías, justificación y las técnicas utilizadas para el desarrollo del estudio.

El segundo capítulo aborda el tema del turismo, dando una definición y antecedentes del mismo, se desarrollan los distintos tipos de turismo y se habla del turismo como actividad económica.

En un tercer capítulo se habla ya del turismo de salud, sus antecedentes y la diversidad de servicios y tratamientos médicos. En este apartado se establecen los retos, oportunidades, debilidades y fortalezas del sector de turismo de salud, así como la repercusión que esta actividad tiene en las sociedades de los países que lo practican.

En el cuarto capítulo se desarrolla en detalle la promoción del turismo de salud a través de las distintas instituciones y organizaciones involucradas en el turismo médico. Aquí se explica la importancia que las certificaciones de procedimientos médicos tienen para el sector y se mencionan algunos entes certificadores.

El quinto y último capítulo habla sobre el turismo de salud como fuente de divisas, brindando datos sobre el crecimiento del sector turístico y su importancia en la economía guatemalteca.

CAPITULO I.

1. ASPECTOS TEÓRICOS METODOLÓGICOS

El tema del turismo de salud representa un ingreso de divisas para Guatemala por lo que la promoción de este tipo de turismo es muy importante en el ámbito internacional. Guatemala a pesar de contar con excelentes médicos y una infraestructura adecuada para recibir personas de otros países que vienen a realizarse tratamientos médicos, ha tenido algunas dificultades para lograr posicionarse en el mercado debido a una serie de factores entre los cuales se encuentran la necesidad de una certificación de procedimientos médicos para clínicas y hospitales privados del país, un mejoramiento de estándares de calidad y un incremento de políticas públicas en el sector de turismo que incentiven y promuevan el sector en el exterior.

La problemática se encuentra en la necesidad de desarrollar e implementar acciones que permitan mejorar la competitividad y el fortalecimiento del sector para que a nivel internacional el país pueda ofrecer una oferta más amplia de servicios. Para ello se considera que es necesario que se cuente con certificaciones nacionales e internacionales de hospitales y clínicas así como mejorar los estándares de calidad para brindar una mayor seguridad y confianza a los pacientes internacionales. Actualmente el turismo de salud está muy desarrollado pero el mercado ha sido absorbido por países que cuentan con más experiencia en el tema y que tienen diversos tipos de certificaciones que garantizan la calidad de los servicios que se ofrecen.

La importancia de este tema dentro de las Relaciones Internacionales se centra en que el Turismo con fines de Salud representa una actividad económica con potencial de crecimiento a nivel mundial. Representando una entrada de divisas para los países en desarrollo como es el caso de Guatemala y teniendo en cuenta que el tipo de cambio en la moneda puede representar una ventaja para los turistas extranjeros de países desarrollados.

En el estudio de este tema se aplica la teoría neoclásica que afirma que los países del mundo pueden beneficiarse de la especialización internacional y el libre comercio. Esto se puede lograr haciendo uso de las ventajas comparativas propuestas por el economista inglés David Ricardo, por lo que el tema se amplía más adelante.

También se tomó en cuenta la teoría del comercio internacional que trata de explicar las causas fundamentales y los efectos principales del intercambio internacional de bienes y servicios¹. Para el análisis de la importancia que tiene la exportación de servicios para Guatemala, resulta de suma importancia la aplicación de una teoría que se base en el comercio internacional, para una mejor interpretación de la situación actual.

El turismo médico constituye una exportación de servicios como está establecido en el Acuerdo General sobre Comercio de Servicios –ACGS- “un tipo de consumo en el exterior en el que el cliente viaja al país donde se provee el servicio.”²

Se aborda el tema desde un método mixto, cuantitativo - cualitativo ya que se analizan datos estadísticos para establecer los patrones de comportamiento del turismo y el impacto económico que tiene este sector, así como también se analizan informes proporcionados por las distintas instituciones encargadas de la promoción y ejecución de servicios de turismo de salud en Guatemala.

La presente investigación se desarrollo en torno a los siguientes cuestionamientos:

¿Cuál ha sido el involucramiento de la Comisión de Turismo de Salud y Bienestar de AGEXPORT en la promoción del Turismo de Salud en el exterior?

¿Qué beneficios trae para Guatemala en cuanto a la captación de divisas, que el sector de salud privado cuente con certificaciones a nivel nacional e internacional?

¹ Hernández Andrade, Jorge Fidel (2008) Economía Internacional, Editorial e Imprenta Servicios Profesionales, Guatemala, Guatemala. Pág. 19

² López, Andrés, Ramos, Daniela y Torre, Ivan (2009) Las Exportaciones de Servicios de América Latina y su integración en las cadenas globales de valor, Publicación de las Naciones Unidas, Santiago, Chile. Pág. 15

¿De que forma contribuye el desarrollo del turismo de salud para la atracción de divisas a Guatemala?

¿Cuáles son las oportunidades que tiene el país para desarrollarse como un destino líder en turismo de salud?

Como objetivo general se plantea: Analizar la actividad de turismo médico como plataforma para la atracción de divisas.

Planteando como objetivos específicos los siguientes:

- Investigar y analizar los beneficios que la certificación de procedimientos médicos traería para el sector de salud privado en Guatemala.
- Establecer las oportunidades que puede aprovechar Guatemala para colocarse como un destino de primer orden para el turismo de salud.
- Analizar el aporte de la Comisión de Turismo de Salud y Bienestar en la promoción del turismo médico en el exterior.

Esta investigación se divide en dos partes: la investigación analítica y la investigación documental.

Durante la investigación analítica se estudiaron datos estadísticos relacionados al turismo para poder determinar el impacto en la economía mundial y específicamente la guatemalteca. Se utilizó el análisis FODA para estudiar elementos internos: fortalezas y debilidades y externos: oportunidades y amenazas.

En la investigación documental, se recolectaron informes, libros y documentos relacionados con el turismo, la salud y economía. Ya que el turismo con fines de salud es un tema aún nuevo en el país no se cuenta con muchos documentos que hablen específicamente del tema. El estudio se complementó con la utilización de la técnica de entrevistas de preguntas abiertas dirigidas a funcionarios de la Asociación Guatemalteca de Exportadores y el Instituto Guatemalteco de Turismo.

CAPITULO II.

2. EL TURISMO

2.1 Definición

El turismo se ha practicado desde hace mucho tiempo, más sin embargo en la actualidad ha cobrado auge debido al desarrollo de la tecnología, el avance en los medios de comunicación y de transporte. El turismo es una práctica muy conocida en estos tiempos y se refiere al desplazamiento de las personas fuera de su entorno habitual para conocer otros lugares ya sea por ocio, negocios, etc.

El turismo es una forma en particular del uso del tiempo libre, y una forma especial de recreación. Es una actividad relacionada con la educación, el placer, el descanso, y la salud.

Existen varias definiciones de turismo a continuación se presentan algunas de ellas:

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros.”³

Se llama turismo al movimiento de personas que abandonan temporalmente el lugar de su residencia permanente por cualquier motivo relacionado con el espíritu, su cuerpo o su profesión.⁴

Según Quesada⁵ “Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en

³ OMT (1998). **Introducción al turismo**. Madrid. España: Autor. Pág. 46

⁴ Texto citado en Quesada Castro, Renato (2000). **Elementos del Turismo**. Editorial Universidad Estatal a Distancia, San José, Costa Rica. (citado en Quesada, 2000, Pág. 8

⁵ Quesada Castro, Renato (2000). **Elementos del Turismo**. Editorial Universidad Estatal a Distancia, San José, Costa Rica. (citado en Quesada, 2000, Pág. 8

tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa”.

“Es indudable que existen múltiples interpretaciones respecto al turismo, fenómeno que, si bien tiene antecedentes remotos, sólo hasta nuestros días debido al carácter masivo que ha ido adquiriendo y a sus importantes repercusiones en la vida social, económica y cultural de los pueblos, ha merecido la debida atención, tanto de los gobiernos como de sectores privados cada vez más amplios que en forma directa o indirecta participan de sus beneficios”.⁶

2.2 Antecedentes

Respecto a la aparición del turismo, realmente resulta difícil marcar con precisión un cierto hecho en particular, o una determinada fecha histórica, que marque el nacimiento del turismo dentro de las sociedades ya que el turismo como tal se viene realizando de distintas maneras desde hace siglos atrás. Sin embargo, pueden realizarse aproximaciones históricas a partir de múltiples sucesos en el mundo. De acuerdo con Beltrami “La Revolución Industrial y la Revolución Francesa fueron los procesos que marcaron directamente las transformaciones sociales y económicas que permitieron la aparición de flujos turísticos en la segunda mitad del siglo XIX. Es también hacia fines del siglo XIX cuando comienzan a aparecer los primeros documentos con el turismo como objeto de estudio, con el fin de que el conocimiento sobre este nuevo fenómeno pudiera ayudar al desarrollo socioeconómico de las sociedades.”⁷

Aunque si retrocedemos aun más en la historia y partiendo del concepto que viajar implica un desplazamiento, podemos mencionar que los viajes más antiguos fueron las exploraciones de nuevos territorios. Por siglos, se puede decir que los que viajaban eran las personas pertenecientes a la nobleza y a las clases privilegiadas, quienes tenían los recursos necesarios para hacerlo. Pero como se mencionó

⁶ De la Torre, Oscar (1980). **El Turismo Fenómeno Social**. Fondo de Cultura Económica, México. Pág. 11

⁷ Beltrami, M. (2010). **Ocio y Viajes en la historia: antigüedad y medioevo**. Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2010a/646/. Pág. 5 y 6

anteriormente a partir de la Revolución Francesa y la Revolución Industrial se dan transformaciones sociales y económicas que contribuyen al inicio de un turismo moderno y organizado.

El posterior desarrollo de los medios de transporte y las avances sociales, contribuyeron a mejorar las condiciones y el nivel de vida de las personas, lo que incidió en la expansión del turismo y con ello se llegó a constituir en un fenómeno de gran magnitud y repercusiones sociales, económicas y culturales tal como se encuentra hoy en día.

“La expresión turismo tiene su aparición durante la Edad Moderna europea, en Inglaterra. Procede del verbo inglés “to tour”, que proviene, a su vez, del francés “tour” (viaje o excursión circular)”.⁸

Para entender mejor el turismo podemos definir al turista como un tipo de viajero el cual realiza un viaje voluntario con una permanencia temporal en el lugar destino y que luego regresa a su lugar de origen.

Turista no es un vecino del lugar ni un peregrino. Se llama turistas a los forasteros y transeúntes que se encuentran en el lugar por curiosidad o distracción o por otros motivos diferentes. Generalmente turista es quien visita un lugar por razones diferentes a quienes lo hacen para realizar actividades relacionadas con el sustento, con el trabajo o los negocios.

Dicho en otras palabras, turista es quien se ausenta algún tiempo, generalmente corto, de donde vive todo el año cuando se lo permiten sus obligaciones, para descansar, distraerse, divertirse, practicar deportes y conocer otros pueblos y otras costumbres o para estar pasajeraamente en lugares que por algún motivo llaman su atención. Esto le implica afrontar gastos en servicios de transporte, alimentación, alojamiento, guías, museos, visitas, fiestas, espectáculos, recreo, deportes y otros atractivos similares, sin olvidar la compra los llamados souvenirs.

⁸ Ibid. Pág. 7

En suma se puede decir que el turismo como fenómeno complejo, tiene su origen en gran medida en aspectos sociales pero con gran repercusión en los económicos, políticos, culturales y ambientales, por lo que su influencia en la creación, modificación o destrucción de estructuras es muy importante produciendo emergencias que a la postre le otorgan características especiales a las regiones y naciones.

2.3 Tipos de Turismo

Algunos tipos de turismo más conocidos que se pueden mencionar son los siguientes:

2.3.1 Turismo Ecológico

Con los años ha cobrado auge debido a la preocupación por el medio ambiente, es un tipo de turismo basado en el contacto con la naturaleza.

2.3.2 Turismo Arqueológico

En este tipo de turismo las personas visitan sitios como museos, excavaciones, templos antiguos, monumentos, etc. Sitios donde haya muestras arqueológicas.

2.3.3 Turismo Cultural

Por medio de este tipo de turismo es posible conocer un poco más de los factores que conforman la historia, arte y costumbres del lugar que se visita.

2.3.4 Turismo de Salud

Se basa en la práctica de diferentes técnicas medicinales que permiten una mejoría en el estado físico. Esta orientado a la vinculación del viaje con la realización de intervenciones quirúrgicas, dentales o tratamientos médicos donde los tratamientos y operaciones son más económicas.

2.3.5 Turismo Deportivo

Se viaja específicamente por la actividad deportiva, participando casualmente o de alguna forma organizada en actividades relacionadas al deporte.

2.3.6 Turismo Histórico

Este tipo de turismo se lleva a cabo con el fin de conocer más sobre la historia del lugar que se visita.

2.3.7 Turismo de Aventura

Al practicar este tipo de turismo se busca viajar con el fin de practicar deportes extremos. Por ejemplo el rafting, canopy, paracaidismo entre otros.

2.3.8 Turismo Religioso

La motivación principal para este tipo de turismo es la fé. Se realizan actividades turísticas relacionadas con las creencias y practicas religiosas. Se visitan lugares sagrados, se participa en celebraciones religiosas, entre otras.

2.4 El turismo como actividad económica

Después de haber dado una breve descripción y definición del turismo y sus antecedentes, en los siguientes párrafos se desarrolla un poco más amplio el tema de turismo como actividad económica.

Primero se dará una breve definición de economía para comprender mejor como se relacionan estos dos términos.

“La economía estudia el modo en que los individuos y las sociedades eligen el uso que le darán a los recursos escasos que la naturaleza y las generaciones precedentes les han proporcionado”.⁹

Al hablar de este tema se puede mencionar que la humanidad ha sabido apreciar los esfuerzos para obtener su alimento a través de la caza, pesca y recolección de frutos en grupo, unificando esfuerzos a fin de cubrir sus necesidades básicas. Luego surge el trueque como intercambio de bienes escasos para pasar finalmente al dinero como medio de cambio y de acceso a los recursos. A pesar de esto aún existen bienes accesibles a todos. A estos bienes se les llama bienes libres a los cuales todos tenemos acceso sin necesidad de pagar o intercambiar cosas: por ejemplo el aire, tierra, agua de mar, etc. La mayoría de las cosas que necesitamos debemos pagar para obtenerlas.

El turismo es una de las actividades económicas capaces de transformar bienes libres en económicos: por ejemplo: las playas marítimas, las aguas termales, los lagos, el descanso. El turismo transforma estos bienes convirtiéndolos en parte de la actividad económica.

El análisis económico del fenómeno turístico tradicionalmente se lleva a cabo desde un enfoque de demanda, tomando en consideración los diversos requerimientos de los turistas y que tienen que ver con gran cantidad de sectores y actividades de la estructura económica, como lo son la hotelería, restaurantes, transporte, manufacturas, y sitios de recreación.

Su repercusión en la economía es muy importante, razón por la que los gobiernos de diversos países han decidido fomentar el turismo como estrategia para el crecimiento económico. Guatemala no es la excepción ya que el gobierno a través del Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT) invierte en la promoción de turismo en el exterior. Existen otras asociaciones de carácter privado como la Asociación

⁹ Citado en Dieckow, Liliana Maria (2010). **Turismo: Un abordaje mirco y macro económico**. Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2010b/678/. Pág. 2

Guatemalteca de exportadores que también busca promocionar y atraer más turismo para aumentar la entrada de divisas al país por medio de esta actividad.

El avance tecnológico en los medios de transporte, las modificaciones sociales que favorecen la existencia de tiempo libre y ocio así como las condiciones políticas que se traducen en acuerdos sobre la movilidad de las personas y del capital, han hecho que el turismo cobre relevancia mundial y que se le preste una mayor atención en estos tiempos.

De la Torre¹⁰ afirma que “el turismo es un fenómeno que si bien tiene antecedentes remotos, es hasta hace algunas décadas que ha ido captando la debida atención, tanto de los gobiernos como de los sectores privados cada vez más amplios que en forma directa o indirecta participan de sus beneficios”. Esto se debe al carácter masivo que ha ido adquiriendo el turismo y debido a sus importantes repercusiones en la vida social, económica y cultural de los pueblos.

El conocimiento de los fundamentos e implicancias económicas que tiene el turismo requiere comprender los principales paradigmas y teorías económicas que lo sustentan.

Tomando en cuenta la teoría neoclásica que explica los precios relativos desde el lado de la demanda agregada. “Su argumento central, esta basado en la teoría de los costos comparados, según la cual, un país puede elevar su nivel de consumo por encima de lo que hubiera sido posible en un estado de autarquía.”¹¹ Esto se refiere a la especialización en la producción y la venta hacia el exterior de bienes y servicios que de modo relativo o comparativo tengan costos más bajos de producción. Básicamente los neoclásicos proporcionaron un sistema que permite operar las

¹⁰ De la Torre, Oscar (1980). **El Turismo Fenómeno Social**. Fondo de Cultura Económica, México. Pág. 11

¹¹ Colodro, Aquino, Perez, Silvia, Saucedo, Bianca (2010). **Escuela Clásica y Neoclásica**. Consultado el 28 de Septiembre de 2012 de <http://www.slideshare.net/courseconomia/escuela-clasica-y-neoclasicade-la-economia>

políticas para definir el desarrollo, “exponiendo como progresos aquellos cambios que van sujetos a introducción de nuevas tecnologías.”¹²

Aplicando esta teoría al turismo y más en concreto al turismo de salud se afirma lo siguiente: “desde la perspectiva de los países importadores el turismo de salud aparece como una actividad beneficiosa. Si un país produce servicios de salud con una ventaja comparativa, al país importador le conviene más adquirir esos servicios que producirlos por sí mismo a un costo mayor.”¹³

El mensaje de la ventaja comparativa es muy simple “los países del mundo pueden beneficiarse de la especialización internacional y del libre comercio”¹⁴ De acuerdo con David Ricardo la especialización internacional debe estar basada en la ventaja comparativa. Esta ventaja se basa en la rentabilidad del comercio internacional aun cuando un país tenga ventaja absolutas en la producción de los bienes o servicios.

“Si cada país se especializa de acuerdo con las pautas de la ventaja comparativa y luego participa en el comercio internacional, el resultado es una mejora tanto para la economía internacional en su conjunto como para cada uno de los países implicados en el comercio”.¹⁵ Esto significa que Guatemala puede tomar ventaja de su mano de obra más barata y ofrecer los servicios de salud en el país, mientras importa maquinaria y el equipo médico de otros países ya que no se fabrica este tipo de equipo en el país.

Manuel Figuerola establece la relación del turismo con la economía diciendo que el turismo es: “Toda actividad que supone desplazamiento que conlleva el gasto de renta cuyo objeto principal es el de conseguir satisfacción y servicios, que se ofrecen

¹² Ibid

¹³ Organización Panamericana de la Salud. El turismo de salud en América Latina y el Caribe. Consultado el 25 de Septiembre de 2012 de <http://www.paho.org/Spanish/HDP/HDD/turismo.pdf>

¹⁴ Chacholiades, Miltiades (1992). Economía Internacional. México, DF: McGraw-Hill Interamericana, S.A. Pág. 13

¹⁵ Tugores, Juan (2006). **Economía Internacional: globalización e integración económica**. McGraw-Hill, Madrid, España. Pág. 35

a través de una actividad productiva, generalmente mediante una inversión previa y cuyo objetivo final es obtener una rentabilidad”.¹⁶

Dieckwod proporciona un concepto de industria turística diciendo que “la industria turística no es sinónimo de turismo. El turismo es “el todo” y lo que en algunas formas se manifiesta se suele denominar industria”.¹⁷ En todo caso, industria turística se relaciona con el negocio turístico, con la parte operativa del turismo. Se suele aplicar esta denominación al recurrir a definiciones que se aplican en otros sectores económicos como la hotelería, el transporte, entre otros. En el turismo también hay empresas que producen servicios homogéneos, estandarizados, pero esto no es lo habitual. En la actividad turística, donde la atención es personalizada, obliga en la mayoría de los casos a elaborar productos diferentes para cada cliente.

El turismo es una actividad que repercute fuertemente en las economías de los países y regiones donde se desarrolla. Debido a que involucra varios sectores de la economía.

Algunos beneficios que proporciona el turismo incluye por ejemplo:

- a) El aporte de ingresos por parte de visitantes extranjeros.
- b) La contribución del turismo al producto interno bruto (PIB) como los ingresos que produce la actividad turística.
- c) La contribución del turismo en la generación de empleo, ya sea directo o indirecto.
- d) Impulsa la actividad empresarial debido a la conexión que tiene con los diferentes sectores de la economía como agencias de viajes, infraestructura, transporte, etc.

¹⁶ Texto citado en Dieckow, Liliana Maria (2010). **Turismo: Un abordaje mirco y macro económico**. Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2010b/678/. Pág. 10

¹⁷ Dieckow, Liliana Maria (2010). **Turismo: Un abordaje mirco y macro económico**. Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2010b/678/. Pág. 12

e) Contribución de la actividad turística al aumento y distribución de la renta: no solo genera más renta sino que ayuda a distribuirla y se considera que el turismo puede ayudar a mejorar la situación económica de la población residente.¹⁸

Se puede plantear que la relación entre el turismo y la economía surge básicamente de la dependencia de la demanda turística a las variables y factores económicos, como los ingresos, la variación de precios, el tipo de cambio. En definitiva, el turismo es función de determinadas variables económicas.

Según la Organización Mundial del Turismo, los factores económicos que afectan a la demanda turística son:

a) El nivel de renta disponible: es decir la cantidad de dinero disponible por el consumidor, tras haber pagado sus necesidades básicas. El nivel de renta se relaciona directamente con el tipo de empleo del individuo.

b) El nivel de precios: varía según se trate del lugar de origen o de destino. En el lugar de origen los precios altos restringen la demanda turística al deber ocupar el dinero en mayor proporción a las necesidades básicas. El aumento de precios en el destino, disminuye la demanda de ese individuo hacia el destino. El aumento de precios del destino lo puede llevar a optar por ir a otro lugar.

c) La política fiscal y controles del gasto en turismo: ante el aumento de la presión fiscal, el individuo tendrá menos renta disponible para hacer turismo.

d) Financiación: la posibilidad de financiación del viaje permite a la demanda viajar con mayor frecuencia. Se verá con más detalle en el capítulo V.

d) Tipo de cambio: la relación explícita entre las monedas de los países emisores y receptores es un factor importante en la demanda turística internacional.¹⁹

¹⁸ Esta información se puede ampliar en: OMT (1998). **Introducción al turismo**. OMT. Madrid. España: Autor.

¹⁹ Se verá con más detalle en el capítulo V de OMT (1998): **Introducción al turismo**. Madrid. España: Autor. Pág. 62-69.

De acuerdo a la OMT, “la actividad turística ha crecido a tasas promedio anual de hasta 7.2%, superando en 2002 las visitas turísticas la cantidad de 700 millones, la OMT pronostica que para el año 2020 las visitas turísticas serán de alrededor de 1560 millones por año”²⁰. El desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación vendrá a fortalecer aún más el crecimiento de las actividades turísticas, estas cifras permiten inferir que el fenómeno turístico de creciente importancia a nivel mundial tendrá cada vez mayor relevancia y que el fenómeno de la globalización lo potenciará aún más.

El turismo como fenómeno social y múltiple abarca diversas actividades. Entre esas actividades está la hotelera con su infraestructura y red de servicios al cliente, la restaurantera, la de transporte, la de la medicina con sus clínicas y hospitales bien equipados, etc.

Se puede decir que para los empresarios turismo es el conjunto de bienes y servicios que necesitan consumir los turistas y que ellos les ofrecen a cambio de un precio. Para los empresarios, el turismo es un negocio ya que se realiza la actividad con fines de lucro. Se podría decir que el turismo es el negocio del ocio, aunque actualmente las actividades se han diversificado de tal modo que ya no se puede decir que se viaja simplemente por ocio.

Los hoteles ofrecen a sus clientes servicios de excursiones y visitas programadas a través de agencias de viajes propias o ajenas. Con buen criterio, los administradores de hotel aspiran a cubrir la mayor parte de las necesidades de los pasajeros.

Los bienes y servicios que se ofrecen a los turistas pueden encontrarse en tantos lugares que no es exagerado decir que se ofrecen en todos los lugares, aunque en los lugares llamados “turísticos” estos servicios están especializados. Estos lugares viven del turismo porque casi todas sus actividades productivas están orientadas a satisfacer las necesidades de los turistas. Por esta razón, los inversores privados,

²⁰ OMT. 2005. **Barómetros del Turismo Mundial**. Volumen 3, No. 2, Junio, Madrid: Autor. Pág. 10

adoptan las estrategias empresariales adecuadas para atender la demanda originada por los gustos y las necesidades de los turistas.

Hay lugares turísticos en los que existen asociaciones de empresarios cuya finalidad es la defensa de los intereses comunes: atraer un flujo de turistas cada vez mayor mejorando sus servicios, ajustando precios y trabajando junto al gobierno para la mejora de los servicios públicos, sobre todo los de accesibilidad y transporte, los culturales, deportivos y recreativos, y del medio ambiente.

“Las estimaciones del Consejo Mundial de Viajes y Turismo indican que el sector turismo, en general, emplea a uno de cada diez trabajadores en el mundo, lo que lo convierte en el mayor empleador a escala mundial. Se estima, adicionalmente, que por cada empleo creado en la industria del turismo, se generan entre 5 y 9 empleos indirectos en otras áreas, inclusive para personas con baja escolaridad; para quienes se incorporan por primera vez al mercado laboral; o para aquellas personas que requieran horarios flexibles de trabajo”.²¹

²¹ Tomado de la Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala, 2004-2014. Guatemala: Autor. Pág. 3

CAPITULO III.

3. TURISMO DE SALUD

3.1 Salud y Turismo de Salud

Tratado el tema del turismo, su definición y la importancia que tiene como actividad económica, se desarrolla el tema de interés en este estudio que es el Turismo de Salud y su potencial como actividad económica.

“La Salud es el estado de completo bienestar físico, mental y social y no solamente la ausencia de enfermedad”.²²

La salud como estado de bienestar físico, mental y social es un tema de mucha importancia para el ser humano y las sociedades. La salud es un pilar para desarrollar una vida plena por lo que las personas buscan y pagan por mantenerse saludables y curarse de las enfermedades que les aquejan.

El turismo de salud es una moderna alternativa al turismo convencional, y Guatemala ofrece excelentes tratamientos médicos y programas para el bienestar y una mejor calidad de vida. “También llamado turismo de bienestar, el turismo de salud 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.”²³

Este tipo de turismo lo practican personas que viajan a un destino caracterizado por sus especiales condiciones y facilidades para el descanso y la recuperación, o para recibir un tratamiento o intervención quirúrgica que mejore las deficiencias físicas, estéticas o de salud en general.

El turismo con fines de salud es una actividad que une dos importantes sectores de la economía: el turismo y la salud. Estos sectores se pueden relacionar fácilmente, ya sea en conjunto o por separado tienen una incidencia en la economía de los

²² Organización Mundial de la salud OMS. Sitio web. www.who.int. Consultado el 10 de Marzo de 2012.

²³ DEGUATE. Sitio web. www.deguate.com. Consultado el 10 de Marzo de 2012.

países ya que la salud no solo se aprecia como un indicador de desarrollo humano, si no como un recurso para incentivar el crecimiento económico de los países.

Es importante reconocer que el turismo de salud no es un fenómeno reciente, sin embargo en la actualidad se dan una serie de factores que han contribuido en su intensificación, entre estos se puede mencionar:

- La transformación o disminución de barreras comerciales en el sector de servicios
- El incremento de personal capacitado en el área de salud en países en desarrollo
- La disponibilidad de hospitales y clínicas modernas y bien equipados
- Una mejora en la tecnología de la información
- Un acelerado incremento de viajes internacionales
- La reforma de la atención de la salud, incluida la privatización de los planes de atención sanitaria.²⁴

El turismo con fines de salud ha cambiado los parámetros que normalmente se asocian a la prestación de servicios a nivel internacional. “En otras épocas los habitantes de países con bajos y medianos ingresos se trasladaban a los países industrializados en busca de atención especializada. En la actualidad, muchos de los países del primer grupo se han hecho famosos por su buena atención médica, tratamiento de enfermedades y rehabilitación a costos mucho más reducidos que aquellos que ofrecen los países de origen de los turistas.”²⁵

El turismo de salud es otro tipo de servicio especializado de turismo que se enfoca en las personas que buscan en el exterior servicios relacionados con la salud.

²⁴ El turismo de salud en América Latina y el Caribe. Consultado el 17 de Septiembre de 2012 de <http://www.paho.org/Spanish/HDP/HDD/turismo.pdf>

²⁵ Ibid

De acuerdo al estudio²⁶ realizado por la Organización Panamericana de la Salud las razones para buscar servicios de salud en el extranjero se pueden dividir en las siguientes categorías:

- Falta de servicios en el país de origen - se refiere a la falta de tecnología o personal especializado para ciertos procedimientos, como por ejemplo: trasplante de órganos, cirugía de ojos, tratamientos contra el cáncer, etc.
- Costo en relación con la calidad. La falta de recursos o el encarecimiento de los servicios de salud en los países desarrollados, constituye un factor de peso para que las personas viajen en busca de servicios más económicos y de igual o mejor calidad que en sus países de origen.
- Aspectos culturales. Las personas que residen en el exterior pueden regresar a sus países de origen para recibir servicios de salud.
- Integración regional. A medida que la integración se solidifica las fronteras se ablandan, lo que contribuye al traslado de personas de un lugar a otro promoviendo la adquisición de servicios en el extranjero.

3.2 Antecedentes

Aunque no se sabe con exactitud cuando empezó la actividad de turismo de salud. “Es sabido que alrededor del 4000 AC, había mucha gente que peregrinaba hacia los templos en la Mesopotamia para obtener diagnósticos de sus enfermedades. Luego proseguían sus viajes a las regiones Sumerias para recibir tratamiento en los centros de salud alrededor de las aguas termales del área”²⁷

En la historia es conocido que se situaban los centros de salud alrededor de aguas termales debido a las propiedades curativas de estas aguas. Luego con los adelantos en medicina y la ciencia, hoy en día se cuenta con grandes hospitales y centros médicos.

²⁶ Bolis, Mónica. **El turismo de salud en América Latina y el Caribe**. Organización Panamericana de la Salud. Consultado el 25 de Septiembre de 2012 de <http://www.paho.org/Spanish/HDP/HDD/turismo.pdf>

²⁷ Turismo en Salud. Sitio web. www.turismosalud.wordpress.com. Consultado el 10 de Marzo de 2012

En la actualidad podemos decir que “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”²⁸

Con el paso del tiempo esta actividad se ha expandido de modo que las personas no solamente buscan tratamientos médicos para mejorar su salud en los países de origen si no que las personas viajan a otros países en algunos casos para obtener servicios de mejor calidad, en otros casos para gozar de un servicio relativamente más barato tomando en cuenta que el tipo de cambio en la moneda puede representarles un costo más bajo.

Aunque el turismo con fines de salud es una práctica que se realiza desde hace mucho tiempo, no es si no hasta hace unos años que empieza a cobrar auge en Guatemala. Según datos de la comisión de Turismo de Salud de AGEXPORT es a principios de 2007, que un grupo de médicos que ofrecen servicios de salud especializados conformaron el Clúster del Turismo de Salud y Bienestar con el apoyo del Programa Nacional de Competitividad – PRONACOM- e INGUAT. Luego a esta iniciativa se sumó a mediados del 2007, la Asociación Guatemalteca de Exportadores, para lo cual realizó una alianza con el Centro de Comercio Internacional –CCI-. En el marco de esta alianza se identificaron sectores de servicios con potencial de exportación, dentro de los cuales se encuentra el sector de Turismo de Salud.²⁹

La atención en el turismo de salud se ha convertido en los últimos años en un fenómeno de rápido crecimiento en el que los viajeros, generalmente de países más ricos, visitan las naciones menos desarrolladas económicamente para la atención médica mezclándolo con vacaciones para aprovechar los sitios turísticos. En este

²⁸ Winter Luther, Luis David (2009) **El Rol del Gobierno y los Efectos del Contexto Internacional, sobre el Clúster de Turismo de Salud en Guatemala durante 2006-2009**. Tesis, Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala. Pág. 6

²⁹ AGEXPORT. Sitio web. www.export.com.gt. Consultado el 12 de Marzo de 2012.

caso cabe mencionar que aunque se trata de países con economías menos desarrolladas cuentan con servicios médicos de alta calidad.

3.3 Diversidad de servicios y tratamientos que se ofrecen en Guatemala

Guatemala ofrece varias opciones en cuanto a la diversidad de tratamientos médicos, sea por salud o por estética. Es un país que tiene una perfecta combinación de servicios para la salud de primera clase, todo esto combinado con la oportunidad de visitar bellos paisajes y relajarse con el favorable clima.

Guatemala ha diversificado los servicios que ofrece de modo que en el país se atienden desde personas que vienen por relajamiento y a recibir tratamientos anti estrés, como a personas que vienen a practicarse complicadas cirugías quirúrgicas. A continuación se describen los diferentes servicios y tratamientos.

3.3.1 Clínicas Dentales

En Guatemala se tratan desde cirugías dentales y cuidados hasta arreglos cosméticos.

3.3.2 Evaluación de Salud

Estos chequeos de salud pueden costar en Guatemala la mitad de lo que costarían en Estados Unidos, y toma únicamente dos días, por lo que las personas que vienen a hacerse una evaluación de estas pueden disfrutar del atractivo turístico mientras esperan los resultados de los exámenes. Un chequeo de estos incluye evaluación de los riñones y el hígado, examen de pulmones, chequeo hormonal y del sistema digestivo, examen de osteoporosis, detección temprana de riesgos que puedan causar accidentes cerebrales o cardio vasculares.³⁰

³⁰ Turismo Médico en Guatemala. Sitio web. www.medicaltourismguatemala.com. Consultado el 15 de Marzo de 2012

3.3.3 Cirugía Plástica o Cosmética

Con este tipo de cirugías se busca reconstruir las deformidades y o corregir deficiencias por medio de la transformación del cuerpo humano para aquellas personas que no están satisfechas con ciertas partes de su cuerpo.

En Guatemala se ofrecen los siguientes servicios en cirugía plástica:

Estiramiento Facial – Que incluye cirugía de los párpados, levantamiento de cejas, y levantamiento de cara y cuello.

Implantes Faciales – Implante del mentón, implante de pómulos.

Otoplastia – Operación de las orejas.

Rinoplastia – Cirugía Nasal, por estética o corrección de un problema nasal.

Cirugía de Busto – Aumento, reducción y levantamiento del busto.

Lipoescultura y Liposucción – Debido a los acumulamientos de grasa, este tipo de cirugía puede eliminar grasa de zonas como el cuello, los brazos, abdomen, caderas, espalda, glúteos, muslos, rodillas y tobillos.

Abdominoplastia – Con este tipo de cirugía se elimina la grasa y la piel sobrante del área del abdomen.

Aumento de Glúteos - Implantes de glúteos, ya sea por un implante de gel de silicona o por un implante de grasa.

Trasplante de pelo – Este trasplante capilar consiste en una cirugía de micro-trasplante capilar en donde se redistribuye el pelo obtenido de áreas laterales y luego se coloca en las áreas de calvicie.

3.3.4 Cirugías de Pérdida de Peso

Guatemala es uno de los países pioneros en este tipo de cirugías. Colocando una banda gástrica para reducir el tamaño del estomago y evitar la obesidad. Esta cirugía de pérdida de peso también llamada Cirugía Bariatica es una de las mejores alternativas para controlar la obesidad.³¹

3.3.5 Radioterapia

La radioterapia se usa para combatir muchos tipos de cáncer. Es un tratamiento que utiliza radiaciones para eliminar las células tumorales. La radioterapia es uno de los pilares más importantes en el tratamiento de pacientes con cáncer.

En Guatemala se tratan todos los tipos de cáncer como: cáncer de laringe, tiroides, pulmón, mama, esófago, hígado, páncreas, entre otros.³²

3.3.6 Cirugía General

Guatemala cuenta con una amplia gama de especialidades en el área de cirugías. Estas se llevan a cabo en clínicas y hospitales muy bien equipados con tecnología de punta y médicos especializados. Algunas de las especialidades que se tratan van desde cirugías de la mano, gastrointestinales hasta cirugías vasculares.

3.3.7 Tratamientos Anti – Edad

Este tipo de tratamiento es uno de los más practicados en la actualidad. En la lucha del ser humano por mantener la juventud, la ciencia ha desarrollado nuevos tratamientos con los que se puede lucir una apariencia más joven.

Algunos de estos tratamientos son la aplicación de Botox que es una proteína que se inyecta en el rostro para reducir la apariencia de las líneas de la frente que causa la edad, y las llamadas patas de gallo que suelen salir a los lados del ojo. Otro

³¹ Turismo Médico en Guatemala. Sitio web. www.medicaltourismguatemala.com. Consultado el 15 de Marzo de 2012

³² Hope International. Sitio web. www.hoperadiotherapy.com. Consultado el 14 de Abril de 2012.

tratamiento aplicado en Guatemala son los rellenos dérmicos que se inyectan en pequeñas cantidades y devuelven el volumen y relleno a la piel para corregir las arrugas y líneas de expresión.³³

3.3.8 Terapias con Células Madre

“Dentro del trillón de células funcionando en nuestro cuerpo, hay clases especiales de células, llamadas células madre, las cuales son fundamentales para el buen funcionamiento del organismo. La medula ósea, sangre periférica y grasa son la fuente para las células madres.”³⁴

A través de estudios realizados por biólogos y científicos se ha comprobado que las células madre pueden localizar las células dañadas y regenerarlas, contribuyendo así a la restauración de la vitalidad. Los trasplantes de estas células pueden detener el proceso de enfermedades relacionadas con la edad, entre las cuales se pueden mencionar el Parkinson, Alzheimer, diabetes o cáncer. Este es un gran avance de la ciencia en la cuál Guatemala esta a la vanguardia.

3.3.9 Spas

Estos son establecimientos de salud que ofrecen tratamientos, terapias o sistemas de relajación, utilizando como base principal el agua. Regularmente los Spas ofrecen servicios como:

- Hidroterapia
- Fangoterapia
- Circuitos termales
- Baños de Arcilla
- Baños de Rosas
- Baños de vapor
- Mascarillas

³³ Turismo Médico en Guatemala. Sitio web. www.medicaltourismguatemala.com. Consultado el 15 de Abril de 2012

³⁴ Ibid

- Masajes Relajantes
- Quiromasajes
- Masajes reductores

3.4 Retos y Oportunidades que afronta el sector de turismo de salud y bienestar en Guatemala (Análisis FODA)

Se realiza el análisis FODA para poder determinar las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades del sector. Al identificar estos elementos se pueden trabajar propuestas para mejorar el turismo de salud en Guatemala y así atraer más pacientes de todo el mundo, mejorando el ingreso de divisas al país.

Cuadro N° 1

ANALISIS FODA	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
Personal médico capacitado	Falta de certificaciones y acreditaciones de calidad
Tratamientos médicos de alta calidad y gran diversidad de tratamientos	Necesidad de políticas públicas que incentiven el desarrollo en turismo de salud
Equipo de tecnología avanzado	Inseguridad en el país (delincuencia)
Infraestructura apropiada	
Gran variedad de oferta turística	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Aumento de personas en el exterior que no cuentan con seguro médico	Competencia en la región de otros países que ofrecen servicios de salud
Encarecimiento de los servicios de salud en países desarrollados	Mala imagen del país debido a la delincuencia
Reforma de Salud en Estados Unidos	Incremento del narcotráfico en la región
Tasas de cambio en la moneda	

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

Luego de realizar el análisis se determinó lo siguiente:

Entre las fortalezas Guatemala cuenta con un personal médico capacitado para llevar a cabo desde tratamientos hasta cirugías complicadas. Los tratamientos brindados en Guatemala son de alta calidad realizados con un equipo de tecnología. Es importante mencionar que muchos médicos nacionales se especializan en el exterior mayormente en Estados Unidos. El país cuenta con una infraestructura apropiada para recibir este tipo de turismo. Otra fortaleza del sector es el atractivo y la oferta turística que ofrece el país, ya que las personas que viajan por motivos de salud muchas veces aprovechan la oportunidad para visitar sitios turísticos.

Respecto a las debilidades, la falta de certificaciones y acreditaciones para clínicas y hospitales es la de mayor impacto del sector ya que esta es una garantía para el turista de salud de que los procedimientos realizados en Guatemala están respaldados por alguna institución certificadora. Para el país esto es importante ya que otros países en la región si cuentan con este tipo de certificaciones por lo que si se quiere competir en esta industria es necesario certificar los servicios y procedimientos. También entre las debilidades se puede mencionar la necesidad de políticas públicas que incentiven el desarrollo del turismo médico, a través de la promoción en el exterior. Otra debilidad con la que se enfrena el sector es la inseguridad y delincuencia incontrolada en el país. Anteriormente se han dado casos en donde los turistas son asaltados y despojados de sus pertenencias.

Dentro de las oportunidades está el aumento de personas en el exterior que no cuentan con un seguro médico y que les resulta más barato pagar los servicios médicos en otro país que pagar los precios elevados en sus propios países. En este momento la tasa de cambio en la moneda representa una oportunidad la cual el país puede aprovechar para la promoción de servicios médicos a un costo mucho más bajo que en los países desarrollados.

La reforma de salud en los Estados Unidos es una de las oportunidades de las que Guatemala puede tomar ventaja ya que con la reforma aprobada en el 2010 para el año 2014 todas las personas deben contar con un seguro médico. Se toma como

una oportunidad ya que el incremento en el número de personas aseguradas resultará en grandes volúmenes de pacientes, incrementando el tiempo de espera para ser atendidos, además que se prevé una baja en la calidad debido al decremento de ganancias para las aseguradoras y la falta de capital humano para atender a los asegurados. Por lo que en Estados Unidos ya se han dado a la tarea de buscar otros hospitales fuera del país para disminuir costos, varias aseguradoras han lanzado programas piloto de turismo de salud (ver cuadro No. 2) dentro de sus planes de beneficios médicos, ya que esperan que el tratamiento y los medicamentos sean más baratos en el país de destino.

Cuadro N° 2

Aseguradora	Estado	Sitio médico en el extranjero	Resumen del programa
<i>Anthem Blue Cross y Blue Shield (WellPoint)</i> ⁶	Wisconsin	Hospitales Apollo, India	• Enviará a los empleados de <i>Serigraph, Inc.</i>, un cliente corporativo de <i>Anthem WellPoint</i>, a los Hospitales Apollo para recibir ciertos tratamientos electivos; el programa empezará en hospitales de <i>Delhi y Bangalore</i> y se expandirá posteriormente a todos los Hospitales Apollo acreditados por JCI • El proyecto piloto cubrirá a aproximadamente 700 miembros del grupo • Todos los detalles financieros, incluyendo convenios de viajes y médicos, serán administrados por <i>Anthem WellPoint</i>
<i>United Group Program</i> ^{7,8}	Florida	Hospitales Apollo, Bummigrad, Tailandia, India	• Promueve activamente el turismo médico a más de 200,000 personas protegidas por medio de planes de salud autofinanciados, programas completamente asegurados y proyectos médicos con contrato de seguro colectivo de vida y gastos médicos, en los cuales se pueden incorporar grupos de empresas (mini-med)
<i>Blue Shield y Health Net</i> ^{9,10}	California	México	• Cubre a aproximadamente 20,000 pacientes • Se enfoca en compañías que contratan a un gran número de inmigrantes mexicanos
<i>Blue Cross Blue Shield</i> ¹¹	Carolina del Sur	Bummigrad, Tailandia	• Contempla los tratamientos de pacientes organizados por medio de <i>Companion Global</i>, siempre y cuando sus planes incluyan los viajes • También cubre dos visitas de seguimiento con médicos en <i>Doctors Care</i>

Copyright ©2009 Deloitte Development LLC. Todos los derechos reservados.

Fuente: Deloitte. Turismo médico, actualización e implicaciones 2007.

Entre las amenazas que enfrenta el sector se puede mencionar la alta competencia que existe con otros países de la región como es el caso de Costa Rica que actualmente atiende un gran número de turistas de salud y que cuenta con una compleja red hotelera y hospitales. Otra de las amenazas es el crecimiento de la narcoactividad en la región, lo que provoca niveles de delincuencia e inseguridad y brinda una mala imagen al país a nivel internacional. Nuestro país se ha visto envuelto en los últimos años en una ola de violencia lo que ha provocado una pésima imagen en el ámbito internacional.

3.5 Repercusiones del Turismo de Salud en la Sociedad

Aunque el objeto principal de este trabajo es analizar el turismo de salud como actividad económica, también se hace necesario mencionar los efectos negativos que puede causar este tipo de actividad si no se toman las medidas necesarias.

El turismo médico no debe interferir con la atención a la salud de la población local ni mucho menos reducir el acceso a este tipo de servicios. Se debe prestar mucha atención ya que aunque representa una oportunidad para mejorar la economía del país, no se debe descuidar el tema de la salud pública, que sigue siendo un derecho que debe ser cubierto por el Estado. Garantizando la accesibilidad y eficacia del sector salud para las poblaciones nacionales.

El turismo médico tiene repercusiones tanto en los países exportadores como en los países importadores de servicios de salud.

Desde la perspectiva de los países de donde los turistas de salud se originan, se teme que los incentivos para el sistema de salud nacional disminuyan, delegando la responsabilidad de la salud al sector privado.

En la tabla anterior se muestran algunas alternativas que las aseguradoras en Estados Unidos están buscando para lograr bajar sus costos en atención médica. Aunque Guatemala no figura en esta lista como destino para el programa piloto se

espera que con una mejor promoción y una mejora en los procedimientos y certificaciones, el país figure entre los principales destinos para el turismo médico.

También es importante mencionar que mientras el crecimiento de los viajes médicos podrían dar lugar a una ampliación y modernización de las instalaciones de salud en el país receptor, por otro lado podría causar una contracción en el país emisor.

Dependiendo del procedimiento, un tratamiento médico generalmente se realiza en varios pasos y puede requerir intervenciones en un período de tiempo más largo. Cuando los pacientes viajan al extranjero, generalmente las intervenciones son reducidas a un corto tiempo, mientras que la atención y seguimiento aún podrían ser necesarias cuando el paciente regrese a casa. La continuidad de la atención es lo que a menudo no es posible. Esto puede tener graves consecuencias no solamente para el individuo si no también para el sistema de salud local.

Para los países receptores el turismo médico tiene el potencial de mejorar o empeorar el acceso y la calidad de la atención de salud para los residentes locales. Con la afluencia de pacientes extranjeros, algunos proveedores de salud pueden mejorar sus instalaciones y las competencias profesionales, lo que puede traer un beneficio para los residentes locales al contar en el país con médicos capacitados y facilidades modernas y bien equipadas. El inconveniente podría ser que un número cada vez mayor de servicios de salud puedan ser enfocados a las necesidades de los pacientes extranjeros y descuidar las necesidades locales. “Se cree que si no se implementan medidas distributivas, tal afluencia podría conducir a un aumento en el costo de algunos procedimientos y primas de salud, haciendo menos accesible para los pacientes locales optar a los servicios médicos.”³⁵

Se teme también que los esfuerzos realizados para atraer a pacientes extranjeros, incrementen la brecha entre los servicios orientados a los pacientes ricos y aquellos que sirven a los segmentos más pobres de la población, especialmente en las zonas

³⁵ Helble, Matthias (2010). **El movimiento de pacientes a través de las fronteras: desafíos y oportunidades para la salud pública**. Consultado de www.who.int/bulletin/volumes/89/1/10-076612/en/index.html. El 25 de Marzo de 2012 Pág. 70

rurales. Es importante aclarar que la importación de los servicios de salud se debe limitar a servicios especializados y no esenciales, ya que los servicios básicos de salud los debe garantizar cada país a su población. Hablado específicamente de la salud pública, un sector con grandes deficiencias en el país.

CAPITULO IV.

4. PROMOCIÓN DEL TURISMO DE SALUD EN EL EXTERIOR

4.1 La promoción del turismo para aumentar la competitividad

“Las presiones derivadas de un entorno competitivo, de la globalización de los mercados y de una demanda cambiante hacen necesario que la empresa adopte un enfoque estratégico e innovador que permita, por un lado, establecer objetivos y planes para conseguirlos y, por otro, identificar oportunidades y amenazas.”³⁶

Promoviendo la innovación y una estrategia bien definida se puede lograr mantener los niveles de competitividad que se requieren en el nuevo mercado turístico tomando en cuenta la competencia. Siendo más específicos en el caso del turismo de salud existe una alta competencia de países en el continente que brindan a gran escala servicios de salud a extranjeros.

El turismo de salud dejó de ser solamente una posibilidad de ahorro en una cirugía plástica, para pasar a representar una solución a los problemas de salud de millones de pacientes sin seguro médico, como se mencionó anteriormente los costos de los servicios médicos en muchos países representan costos altísimos por lo que el turismo de salud ofrece una alternativa para estas personas. Por lo consiguiente la ventaja competitiva de Guatemala es liderazgo en costos. En el cuadro No. 3 se muestra una comparación de precios en las cirugías más frecuentes en el turismo de salud.

³⁶ Mochón, Francisco (2008) **Economía y Turismo**. McGraw-Hill/Interamericana de España, Madrid. Pág. 69

Cuadro N° 3

	GUATEMALA	USA
Cirugía de Pestañas	\$2,000	\$4,000 - \$5,500
Cirugía de Nariz	\$2,000	\$5,000 - \$6,000
Cirugía de Frente	\$1,575	\$3,500 - \$5,000
Cirugía estética de Mejillas	\$2000	\$3,000 - \$4,500
Liposucción (1 área)	\$1,000	\$2,500 - \$4,500
Aumento de senos (implantes)	\$2,888	\$6,000 - \$ 8,000
Aumento de gluteos	\$3,400	n/a
Abdominoplastia	\$5,600	\$6,000 - \$8,000

Fuente: Elaboración propia en base a precios proporcionados por la asociación de turismo médico. Ver anexos 5 y 6.

El Turismo de Salud es una de las nuevas modalidades del turismo, donde los servicios, las cirugías y los chequeos médicos representan un atractivo importante para proponer toda una serie de servicios relacionados con la industria que va desde hospedaje, transporte, tratamientos de belleza, nutrición y recuperación.

Pese a los esfuerzos de promoción Guatemala, se encuentra con una desventaja frente a otros países que proveen este mismo tipo de servicios, para poder posicionarse como un destino líder en turismo de salud Guatemala debe tomar como eje prioritario la certificación de procedimientos médicos para clínicas y hospitales. Esto representaría una ventaja competitiva para Guatemala ya que los pacientes internacionales tendrían más confianza de realizarse servicios médicos con altos niveles de calidad al trabajar bajo certificaciones que garanticen el servicio.

De acuerdo a lo expresado por la experta Renee Marie-Stephano del Medical Tourism Association (Asociación de Turismo Médico), con sede en Florida, Estados Unidos. “Guatemala ya está lista para promoverse como un destino de salud, en el más amplio concepto, es decir en segmentos como tratamientos dentales, medicina alternativa, tratamientos anti estrés, cirugía plástica, operaciones

quirúrgicas, ente otros.”³⁷ Sin embargo, para poder atraer a pacientes internacionales, a que se realicen dichos tratamientos, es necesario y fundamental que los hospitales y clínicas de Guatemala cuenten con una certificación nacional e internacional que garantice la calidad los servicios ofrecidos.

Para la promoción del turismo de salud en Guatemala se han llevado a cabo acciones tanto del sector público como del sector privado. Las del sector público impulsadas por el Instituto Guatemalteco de Turismo INGUAT como las políticas turísticas de desarrollo y las acciones del sector privado como participación en ferias comerciales nacionales e internacionales.

4.2 Las políticas de promoción turística

Las políticas comerciales básicas para promover el crecimiento mediante el incremento de las exportaciones contemplan, esencialmente, los siguientes elementos:

- Un tipo de cambio real alto y estable que asegure la competitividad de las exportaciones,
- El desarrollo de infraestructura en puertos, aeropuertos, telecomunicaciones, energía y carreteras,
- La adecuada capacitación de mano de obra, mediante el fortalecimiento de la educación en todos los niveles; y
- La disponibilidad de financiamiento a tasas de interés competitivas.

Para que el país sea competitivo se debe manejar un tipo de cambio estable debido a que las fluctuaciones en el tipo de cambio pueden causar altibajos en la economía como se menciona más adelante. Así también el desarrollo en infraestructura como lo son los puertos, aeropuertos y carreteras es vital para el desarrollo de turismo, la construcción de grandes hospitales son también parte esencial para la atracción de turismo de salud. La educación en todos los niveles es muy importante para el

³⁷ Comisión de Turismo de Salud y Bienestar. Sitio web. www.healthwellnessguatemala.com. Consultado el 27 de Marzo de 2012.

desarrollo del país tanto como para la atracción de turismo como para el desarrollo en general de Guatemala.

4.2.1 Política Turística

“Esta se considera una política sectorial dentro de las políticas económicas específicas, pero encierra mayor complejidad que otras políticas sectoriales como la industrial, o la agraria, pues es una actividad insuficientemente delimitada con otras actividades y consumos.”³⁸

Por lo tanto se dice que política turística es una parte de la política que establece las directrices de planificación, promoción, y control de la actividad turística.

Hasta hace algunos años no se brindaba al turismo la importancia y valoración económica que en la actualidad tiene. El turismo como actividad económica es un gran motor para el desarrollo del país, que logra mejorar el ingreso de divisas a través de los distintos sectores que están fuertemente ligados. Cada vez se tiene mayor conciencia del papel del turismo como actividad productiva y de su potencial para generar empleo, ingresos tributarios, etc.

Las políticas turísticas cubren varias funciones, como coordinar el involucramiento y seguimiento de todos los agentes que intervienen en la actividad turística; planificar un proceso de desarrollo detallado de los planes de mercadeo, infraestructura y de espacios turísticos; regular las actividades turísticas de las empresas para garantizar el buen funcionamiento del mercado turístico; promover y fomentar el turismo en el país y en el exterior.

Dentro de política turística guatemalteca se destacan:

1. La Política Nacional para el Desarrollo turístico Sostenible de Guatemala 2004-2014

³⁸ Dieckow, Liliana Maria (2010). **Turismo: Un abordaje mirco y macro económico**. Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2010b/678/. Pág. 69

2. Política de Estado para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022

4.2.1.1 Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2004-2014

Esta política surgió como una estrategia impulsada por el sector privado y formulada por la Cámara Guatemalteca de Turismo (CAMTUR) y la Asociación de Investigación y Estudios Sociales (ASIES). Esto con el fin de desarrollar la actividad turística de Guatemala. Esta política está desarrollada para corto, mediano y largo plazo con objetivos muy claros hacia los resultados que se pretende obtener.

La política inició el 15 de septiembre del año 2002 con un proceso de consulta en las diferentes regiones del país. Luego se convocó al 1er Encuentro Nacional de Turismo denominado “Hacia la Formulación de un Plan de Estado de Desarrollo Turístico” en la que participaron más de 200 representantes del sector turístico en Guatemala.³⁹

Dicha política establece una plataforma para el desarrollo sostenible de la actividad turística buscando así el posicionamiento competitivo del país en el mercado internacional.

De acuerdo con esta política es importante que el Estado de Guatemala otorgue prioridad al desarrollo turístico, que se modernice la estructura actual del Instituto Guatemalteco de Turismo INGUAT y que se realicen esfuerzos mayores para poder brindarle seguridad tanto al turista nacional como al extranjero.

Los pilares estratégicos contenidos en esta Política son:

Estructura institucional y relaciones interinstitucionales

Es de suma importancia el conjunto de instituciones que integran el sector público debido a las decisiones que tienen injerencia en las actividades turísticas.

³⁹ Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala, Pág. 5

Consolidación de destinos turísticos tradicionales y desarrollo de nuevos destinos

Se busca el fortalecimiento de los destinos tradicionales y desarrollar nuevas opciones de visita.

Integración turística regional

Se busca tomar ventaja del atractivo turístico regional y aprovechar la cooperación técnica y financiera internacional para el turismo que en la actualidad tiende a otorgarse con carácter regional.

Sistema de información turística

Actualmente se cuenta con una deficiencia en cuanto a la disponibilidad de información cuantitativa y cualitativa en el país respecto al sector de turismo. Esta política esta orientada a desarrollar un sistema permanente de investigación y análisis de la oferta y la demanda turística.

Cultura y formación turística

Se tiene como prioridad fomentar una cultura turística, mejorar la calidad y cobertura de la educación en el tema de turismo en el país. Desarrollando acciones para capacitar y educar a las comunidades receptoras de turismo, al personal que tiene contacto con los turistas y a la población en general.

Mercadeo

La política busca establecer estrategias de segmentación precisas así como mecanismos de promoción y comercialización más puntuales.

Seguridad

En esta política se propone un programa de seguridad para el visitante el cual se divide en protección al turista, este con el fin de crear las condiciones de seguridad

para el desplazamiento libre de los turistas en el país y el establecimiento de normas de higiene y seguridad estableciendo un programa de mejora continua de la calidad.

4.2.1.2 Política de Estado para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022

Esta Política de Estado es básicamente la segunda actualización de la Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2004-2014, se lanza con el objetivo de colocar la actividad del turismo en Guatemala como eje de desarrollo económico. Es una propuesta elaborada por la Asociación de Investigación y Estudios Sociales (ASIES). El proceso de elaboración de esta política concluyó con un Taller de Validación conformado por el sector turístico organizado, liderado por la Cámara de Turismo de Guatemala (CAMTUR) el cual se desarrollo el 8 de Diciembre del 2011 en la ciudad capital en el que participaron 110 personas representantes de 85 entidades, quienes por unanimidad aprobaron dicha Política.⁴⁰

Esta iniciativa al ser una política de Estado se pretende que tenga continuidad y trascienda a través del tiempo y que no se vea afectada por uno o varios cambios de gobierno. La política se basa en priorizar el turismo como eje de desarrollo para Guatemala. Por lo que es preciso adoptar el desarrollo turístico como una política de Estado, la cual tenga continuidad a través de los diferentes gobiernos ya que el turismo si es bien aprovechado puede representar una fuente de ingresos económicos al país que representa mejor calidad de vida para los guatemaltecos. Esta política requiere de una asociación entre el poder público, la inversión privada y la sociedad civil.

A través de esta propuesta se propone el desarrollo y el fortalecimiento institucional que empiece con entidades directamente ligadas al turismo, para luego ir abarcando otras instancias de los sectores público y privado. Con la reforma institucional se pretende obtener grandes beneficios para el país.

⁴⁰ Política Nacional de Estado para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022. Pág. 4

Los pilares estratégicos contenidos en esta Política son prácticamente los mismos de la Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2004-2014 con algunas modificaciones y actualizaciones.

Marco Institucional

Es necesaria una acción pública integrada para asegurar la coordinación entre los agentes involucrados. Desarrollo y fortalecimiento internacional.

Consolidación de destinos turísticos tradicionales y desarrollo de nuevos destinos

Por medio de esta política se busca mejorar y mantener la atracción de los destinos representativos de Guatemala a fin de preservarlos en un futuro así como promover el desarrollo de nuevos destinos turísticos.

Integración turística regional

Debido a que la cooperación internacional actualmente se otorga con carácter regional frente a la dirigida individualmente por cada país centroamericano, se busca la integración regional como atractivo turístico.

Sistema de información turística

Debido a la importancia de contar con datos tanto cualitativos como cuantitativos el país ha creado esfuerzos para recabar estos datos y poder tener información estadística más real. Tomando en cuenta que el sistema de información turística constituye un importante medio para establecer estrategias y políticas puntuales de desarrollo.

Cultura y formación turística

En la política se contempla mejorar la calidad y cobertura de la educación en turismo en el país y fomentar una cultura turística. Creando un valor agregado a la oferta.

Promoción y Comercialización

Es necesaria la adopción de mecanismos más puntuales de promoción y comercialización reconociendo la diversidad promocionando a Guatemala como destino turístico y fortalecer el posicionamiento del país como destino cultural.

Programa de Seguridad

Se habla de un programa de seguridad para el visitante que se divide en protección al turista con el fin de crear condiciones de seguridad para el desplazamiento de turistas y otro de seguridad integral que conlleva un programa de mejora continua en la calidad.

4.3 Incidencia del sector público de forma directa e indirecta en la promoción

Tomando en cuenta que Guatemala se ha especializado durante los últimos años en ofrecer tratamientos médicos de alta calidad a pacientes internacionales con el objetivo de fomentar este tipo de turismo y atraer divisas al país, es necesario mencionar que la inversión del sector público es de mucha importancia para la promoción y desarrollo del turismo de salud.

El involucramiento del sector público incide sobre el turismo de una forma directa e indirecta. “Influye en forma directa cuando el Estado invierte en programas de gasto en desarrollo turístico o través de políticas de promoción”.⁴¹

Cuando se habla del gasto en desarrollo turístico se refiere por ejemplo a las facilidades que el Estado puede darle a las empresas turísticas como préstamos a bajos intereses y la política de promoción por medio de apoyo en la realización de campañas publicitarias y el apoyo en ferias, guías turísticas, etc. En forma indirecta el sector público contribuye por medio de la inversión en infraestructura como carreteras y aeropuertos que no solo beneficia al sector de turismo directamente sino que a todos los demás sectores.

⁴¹ Mochón, Francisco (2008) **Economía y Turismo**. McGraw-Hill/Interamericana de España, Madrid. Pág. 38

4.4 Organismos y Asociaciones Internacionales relacionados con el Turismo de Salud

4.4.1 Organización Mundial del Comercio

La Organización Mundial del Comercio surge a raíz del Acuerdo General sobre Tarifas y Comercio (GATT). El GATT entró en vigor en 1948, siendo un ente regulador a disposición de la economía internacional para reducir las trabas a los intercambios comerciales. La OMC se crea en las negociaciones de la Ronda de Uruguay y comienza a operar en 1995.

Es una organización internacional sin fines de lucro que regula las actividades económicas exteriores de los países miembros. Entre sus funciones están: controlar la observancia de los acuerdos comerciales firmados por los miembros de la OMC; organizar y garantizar las negociaciones comerciales entre los Estados miembros; supervisar la política comercial de los países miembros y resolver las disputas comerciales entre ellos.⁴²

“La Organización Mundial del Comercio (OMC) es la única organización internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países.”⁴³ Su objetivo es poder asistir a los exportadores e importadores a realizar estas actividades de comercio.

La OMC esta constituida por 157 países miembros a la fecha, es también el lugar a donde acuden los Estados miembros para arreglar diferencias comerciales entre sí.

Los países en desarrollo tienen un vivo interés en muchas esferas de servicios, entre ellas el turismo, la salud y la construcción. “Según el Consejo Mundial de Viajes y

⁴² Organización Mundial del Comercio. Sitio web. www.wto.org. Consultado el día 27 de marzo de 2012.

⁴³ Ibid

Turismo, el turismo es el mayor empleador del mundo y representa 1 de cada 10 trabajadores del mundo.”⁴⁴

Es la OMC la encargada de regular el comercio de servicios a través del Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (GATS por sus siglas en inglés). Los compromisos que se asumen en la OMC con respecto a los servicios contribuyen a estimular la inversión extranjera directa.

4.4.1.1 El Comercio de Servicios y la OMC

Las exportaciones de servicios han crecido a tasas rápidas en los últimos años en el mundo, es una actividad tradicional y de larga data como por ejemplo el transporte o el turismo. Los servicios representan claramente oportunidades atractivas en el mercado mundial con perspectivas de expansión.

Según la OMC existen varias razones que justifican el crecimiento en la exportación de los servicios, entre las que se encuentran⁴⁵:

- La fuerte expansión de tecnologías de la información y comunicaciones, haciendo posible la transfusión de información en tiempos más cortos y sobre todo el acortamiento en los tiempos para viajar de un lugar a otro.
- La globalización de la competencia, que tiene un impacto sobre las empresas y les transmite la necesidad de ser más competitivas.
- Los cambios regulatorios que han desmantelado barreras previamente existentes para la exportación de servicios.

“El grueso del comercio de países se realiza entre países desarrollados. Sin embargo, un buen número de países en desarrollo, así como varias economías en transición, han conseguido penetrar en el mercado mundial y presentarse como localizaciones atractivas para la atracción de inversiones sobre la base de la

⁴⁴ Ibid.

⁴⁵ Organización Mundial del Comercio. **Seis Ventajas de la liberalización de los servicios.** Consultado el 25 de Septiembre de 2012 de http://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/gats_factfiction3_s.htm

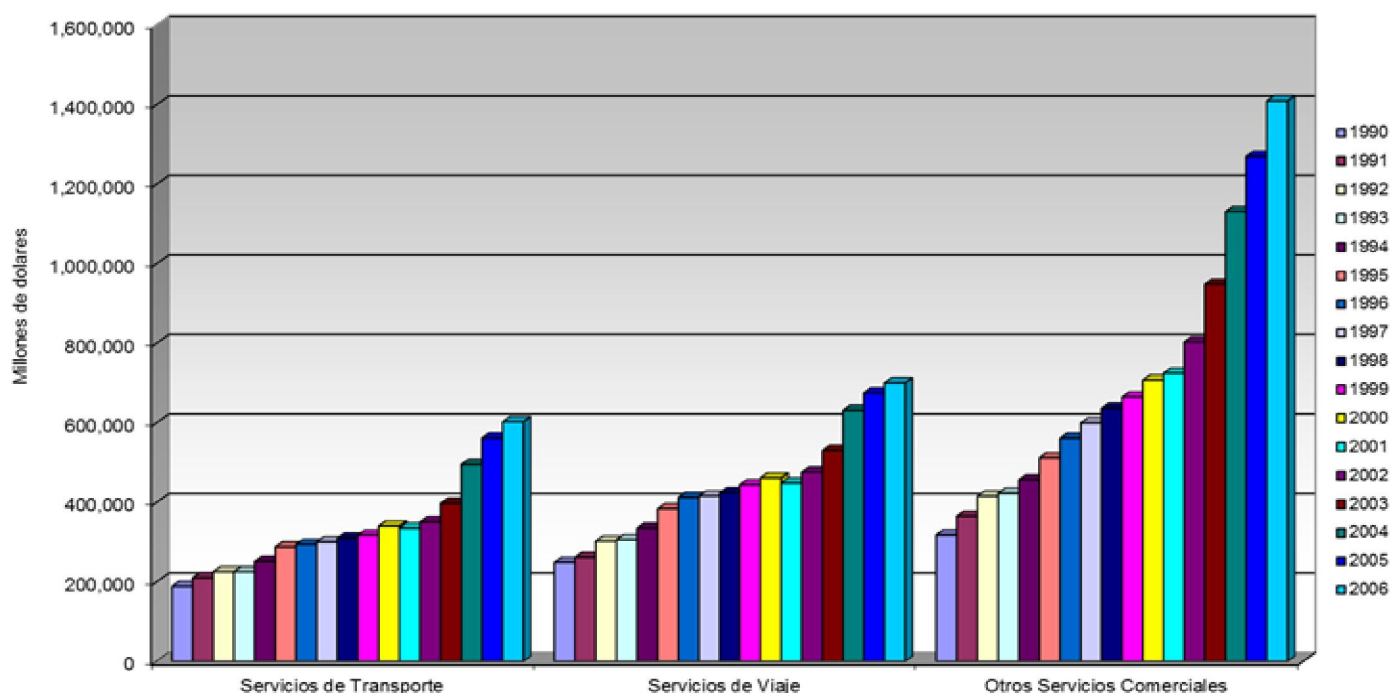
disponibilidad de recursos humanos calificados a costo relativamente barato”. En este sentido Guatemala busca penetrar el nicho de mercado en turismo de salud aprovechando las oportunidades y las perspectivas de rápida expansión, en la búsqueda principal de generar divisas y nuevas oportunidades de empleo para la economía.

“En la actualidad, los servicios, aunque representan más del 60 por ciento de la producción y el empleo mundiales, no suponen más del 20 por ciento del comercio total”. Muchos servicios, que desde hace tiempo se han considerado como actividades que se llevan a cabo como nacionales, han ido adquiriendo cada vez más movilidad internacional.

En la gráfica No. 1 se muestra como la actividad de exportación de servicios incluyendo el turismo ha ido en aumento a través de los años.

Gráfica N° 1

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES MUNDIALES DE SERVICIOS



Fuente: ALADI – Asociación Latinoamericana de Integración. Cifras del Sector Servicios (1990-2006)

La actividad del comercio de servicios brinda la oportunidad a los países en desarrollo de aprovechar su capacidad competitiva, independientemente de los servicios que estén vendiendo. Gracias a la inversión y competencia técnica extranjeras, varios países en desarrollo han podido también avanzar en los mercados de los servicios internacionales, desde el turismo y la construcción, al desarrollo de soporte lógico y la asistencia sanitaria. Así pues, la liberalización de los servicios se ha convertido en un elemento clave de muchas estrategias de desarrollo.

4.4.1.2 El Acuerdo General sobre Comercio de Servicios

Se analiza el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios, ya que en este se encuentran contenidas las bases para el intercambio de servicios, siendo de interés el turismo de salud.

El GATS entró en vigor en 1995 y constituye el marco legal a través del cual la Organización Mundial de Comercio liberaliza progresivamente el intercambio de servicios.⁴⁶ Este acuerdo fue negociado en la Ronda de Uruguay y prácticamente aplica las reglas básicas del intercambio de mercancías para el de servicios. Sin embargo, las reglas se modificaron tomando en cuenta las diferencias entre bienes y servicios y sobre todo recalca los cuatro modos dentro de los cuales se lleva a cabo el intercambio internacional de servicios: el comercio transfronterizo, el consumo en el extranjero, la presencia comercial y la presencia de personas físicas⁴⁷.

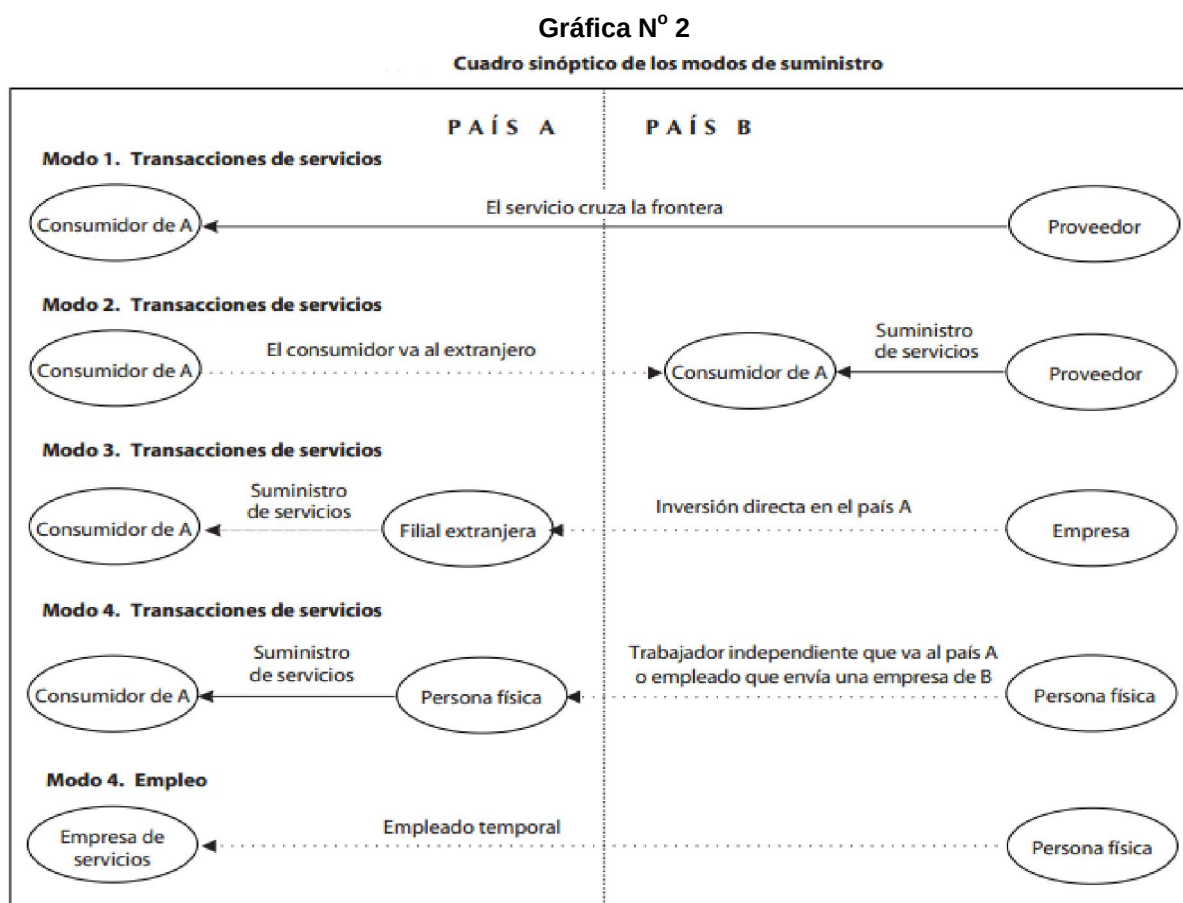
- El suministro transfronterizo abarca por definición las corrientes de servicios del territorio de un Miembro al territorio de otro Miembro (por ejemplo, los servicios bancarios o los servicios de arquitectura prestados a través del sistema de telecomunicaciones o de correo);
- El consumo en el extranjero se refiere a las situaciones en que un consumidor de servicios (por ejemplo, un turista o un paciente) se desplaza al territorio de otro Miembro para obtener un servicio;

⁴⁶ Organización Mundial del Comercio. Estructura del GATS. Consultado el 20 de septiembre de 2012 de http://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/gats_factfiction4_s.htm

⁴⁷ Ibid

- La presencia comercial implica que un proveedor de servicios de un Miembro establece una presencia en el territorio de otro Miembro, mediante la adquisición en propiedad o arrendamiento de locales (por ejemplo, filiales nacionales de compañías de seguros o cadenas hoteleras), con el fin de suministrar un servicio;
- La presencia de personas físicas consiste en el desplazamiento de personas de un Miembro al territorio de otro Miembro para prestar un servicio (por ejemplo, contables, médicos o profesores). Aunque, cabe recalcar que los Miembros siguen son libres de aplicar las medidas que consideren necesarias en cuanto a ciudadanía, o residencias con carácter permanente.

A continuación se presenta una gráfica para la ilustración de los distintos modos de suministro de servicios.



Fuente: Manual de Estadísticas del Comercio Internacional de Servicios. Naciones Unidas, 2003

El GATS es el conjunto de normas y compromisos multilaterales que afectan al comercio de servicios. Está inspirado en los mismos objetivos que su equivalente en el comercio de mercancías, el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT): “crear un sistema creíble y fiable de normas comerciales internacionales; garantizar un trato justo y equitativo a todos los participantes (principio de no discriminación); impulsar la actividad económica mediante consolidaciones garantizadas y fomentar el comercio y el desarrollo a través de una liberalización progresiva.”⁴⁸

Consta de dos partes:

1. El acuerdo principal que contiene las normas, y
2. Las listas nacionales de compromisos en las que cada Miembro especifica el grado de acceso que está dispuesto a garantizar a los proveedores de servicios extranjeros.

El Acuerdo contiene ciertas obligaciones generales que se aplican a todos los servicios, de las cuales la más importante es la norma de Nación más Favorecida - NMF. “Aparte de las obligaciones generales, cada Miembro define sus propias obligaciones mediante los compromisos asumidos en su lista”⁴⁹. Como un principio básico del Acuerdo es que se espera que los países en desarrollo liberalicen menos sectores y tipos de transacciones, en armonía con su situación de desarrollo, los compromisos de los países en desarrollo suelen ser menos amplios que los de los países más industrializados. “Esta flexibilidad en la elaboración de las listas de compromisos es lo que puso fin a la polémica Norte-Sur con respecto a los servicios que caracterizó los primeros años de la Ronda Uruguay.”⁵⁰

Cuando hablamos de la internacionalización de los servicios de salud se presentan varios desafíos importantes entre los cuales se mencionan: la necesidad de

⁴⁸ Organización Mundial del Comercio. Estructura del GATS. Consultado el 20 de septiembre de 2012 de http://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/gats_factfiction4_s.htm

⁴⁹ Ibid

⁵⁰ Organización Mundial del Comercio. Seis ventajas de la liberalización de los servicios. Consultado el 22 de Septiembre de 2012 de http://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/gats_factfiction3_s.htm

establecer estándares para la protección y la garantía de la salud de los consumidores así como lograr la inserción del sector salud en la agenda económica internacional.

“El Acuerdo General de Servicios (GATS), introdujo un incentivo importante para el intercambio de servicios de salud. Estableció una serie de principios para liberalizar el comercio: 1) la aplicación incondicional de la cláusula de la nación más favorecida, 2) el acceso a mercados y 3) el tratamiento nacional.”⁵¹ La aplicación de la cláusula de nación más favorecida se refiere a que todos los miembros del GATS deben ser tratados bajo las mismas condiciones. Con respecto al acceso a mercados este prohíbe limitaciones en cuanto al número de proveedores o el monto de la inversión. El tratamiento nacional se refiere a que los servicios y proveedores extranjeros deben recibir el mismo trato que los nacionales.

4.4.2 Organización Mundial del Turismo

Se fundó en 1975 con sede en Madrid, España. Surge como resultado de la transformación de la Unión Internacional de Organizaciones Oficiales de Viajes (IUOTO) a un cuerpo intergubernamental.⁵²

Su objetivo fundamental es el fomento y desarrollo del turismo, con el objetivo de contribuir al crecimiento económico, el entendimiento internacional, la paz mundial, la prosperidad universal, el respeto por los derechos humanos, la libertad individual, independientemente de la raza, el sexo, el idioma o la religión, poniendo atención especial a los intereses de los países en desarrollo.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.

⁵¹ El turismo de salud en America Latina y el Caribe, pag. 3

⁵² Centro de Información de las Naciones Unidas. Sitio web. www.cinu.mx. Consultado el 27 de Marzo de 2012.

La OMT, como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas.⁵³

4.4.3 Organización Mundial de la Salud

La posibilidad de tener una organización mundial dedicada a la salud fue uno de los puntos abordados durante la creación de las Naciones Unidas en 1945. Y es en 1948 cuando entra en vigor la Constitución de la Organización Mundial de la Salud.

La OMS es la autoridad directiva y coordinadora de la acción sanitaria en el sistema de las Naciones Unidas. Es la responsable de desempeñar una función de liderazgo en los asuntos sanitarios mundiales, configurar la agenda de las investigaciones en salud, establecer normas, articular opciones de política basadas en la evidencia, prestar apoyo técnico a los países y vigilar las tendencias sanitarias mundiales

En el siglo XXI, la salud es una responsabilidad compartida, que exige el acceso equitativo a la atención sanitaria y la defensa colectiva frente a amenazas transnacionales.⁵⁴

La salud está relacionada con el turismo ya que este involucra a la salud directamente de varias maneras: primero, porque la salud y el bienestar son una razón para el turismo; el turismo tiene un impacto sobre la salud del anfitrión; los viajes por salud, conocidos como turismo de salud.

4.4.4 Asociación de Turismo Médico

La Asociación de Turismo Médico (MTA por sus siglas en inglés) es una organización global sin fines de lucro para el turismo de salud y la Industria Internacional de pacientes.

⁵³ Organización Mundial del Turismo. Sitio web. www.unwto.org. Consultado el 27 de Marzo de 2012.

⁵⁴ Organización Mundial de la Salud. Sitio web. www.who.int. Consultado el día 27 de Marzo de 2012.

Esta Asociación es la primera de carácter internacional no lucrativa basada en membresías. La Asociación esta conformada por los mejores hospitales internacionales, facilitadores de turismo médico, aseguradoras y proveedores de salud médica. Un factor en común que tienen los miembros es promover servicios de cuidado de la salud de muy alta calidad a un nivel global.

La Asociación de Turismo Médico tienen tres principios: Transparencia en Calidad y Precios, Comunicación y Educación⁵⁵. Es por ello que sus miembros tienen el compromiso de mostrar transparencia tanto en calidad como en precios.

Debido a los procesos globalizadores, actualmente en este tipo de turismo se intercambian médicos, herramientas, maquinaria, procesos, etc. Puede ser que sean los médicos los que viajen a otro país o lo que es más común ahora que pacientes viajen fuera de las fronteras de sus países para recibir un tratamiento médico. La asociación tiene el trabajo de asegurarse que los precios sean justos y transparentes y que los tratamientos sean de excelente calidad. La comunicación también es de vital importancia para la divulgación de los servicios que ofrece la asociación y sus miembros. Aunque la globalización de servicios médicos es una actividad que se lleva a cabo desde hace ya algún tiempo hay personas que todavía no saben que se pueden atender fuera de sus países.

4.5 Instituciones a Nivel Nacional que Promueven el Turismo de Salud

4.5.1 Instituto Guatemalteco de Turismo INGUAT

El INGUAT es una entidad estatal descentralizada, con personalidad jurídica para adquirir derechos y contraer obligaciones y con patrimonio propio, según lo que se establece en su Ley Orgánica. “Es la autoridad superior en materia de turismo en el país y representa a Guatemala ante las entidades similares en otros países y también ante los organismos internacionales”.⁵⁶

⁵⁵ Asociación de Turismo Médico. Sitio web. www.medicaltourismassociation.com. Consultado el 27 de Marzo de 2012.

⁵⁶ Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo. Según Decreto No. 1701

Es la institución oficial encargada de la promoción, desarrollo e incremento de la industria del turismo en Guatemala. Según el Artículo 37 de la Ley Orgánica del INGUAT, el Ministerio de Economía funciona como conducto administrativo del INGUAT con el organismo ejecutivo. Su misión es la promoción, desarrollo e incremento del turismo, tanto a nivel nacional como internacional.

4.5.1.1 Promoción del turismo de salud a través del Instituto Guatemalteco de Turismo

El Instituto Guatemalteco de Turismo como entidad que promueve el desarrollo del turismo ha lanzado nuevas acciones para promover el turismo de salud y colocar a Guatemala como un destino turístico de primer nivel. Actualmente INGUAT reactivó su programa de Segmentos, como parte de la estrategia para incrementar el número de turistas que viajan al país con fines específicos para tener mejores resultados.

“Es un hecho que los países ya no competimos únicamente por los destinos o productos turísticos básicos que ofrecemos, sino por la capacidad que tengamos de aportar valor añadido en cada uno de ellos” dijo Pedro Pablo Duchez, Director de INGUAT.⁵⁷

La actividad de las mesas de segmentos es una labor que se lleva a cabo con el sector privado ya que estos incluyen los hoteleros, restauranteros, tour operadores, agencias de viaje, etc. De esta forma se integran los equipos de trabajo de donde se generan las propuestas propias de cada sector.⁵⁸

Dentro de los segmentos mencionados se destacan:

- Patrimonio Cultural
- Deportes y Aventura
- Voluntariado y Escuelas de Español
- Salud y Bienestar

⁵⁷ INGUAT. Sitio web. www.visitguatemala.com. Consultado el 30 de Marzo de 2012.

⁵⁸ Entrevista realizada a la Licenciada Ana Calderón, Jefa de segmentos en el Instituto Guatemalteco de Turismo el día 27 de Abril de 2012.

- Naturaleza
- Cruceros

Estos segmentos son estrategias encargadas de la especialización de las actividades turísticas que ofrece el país como destino, que tienen un enfoque especial en atraer nuevos visitantes. En este caso el segmento de salud y bienestar se dedica a promocionar el turismo de salud en el exterior para atraer más pacientes que puedan ser tratados en Guatemala.

4.5.2 Asociación Guatemalteca de Exportadores (AGEXPORT)

La Asociación Guatemalteca de Exportadores AGEXPORT es una entidad privada no lucrativa fundada desde 1982.⁵⁹ Esta entidad promueve la apertura de mercados internacionales y busca crear nuevas oportunidades para expandir negocios.

4.5.2.1 Promoción del turismo de salud a través de la Asociación Guatemalteca de Exportadores

Esta institución ha sido muy proactiva en la promoción del comercio a través de distintos métodos y actividades como ferias comerciales, las misiones comerciales y la capacitación de recurso humano en el tema de exportaciones. Durante las ferias se busca involucrar a los empresarios de los distintos sectores y ponerlos en contacto con compradores internacionales interesados en invertir y hacer negocios con guatemaltecos y centroamericanos.

Para promover el turismo de salud AGEXPORT tiene una comisión especial la cual se encarga de promocionar al sector, esta es la Comisión de Turismo de Salud y Bienestar.

4.5.2.1 La Comisión de Turismo de Salud y Bienestar

Según datos de la comisión de Turismo de Salud de AGEXPORT es a principios de 2007, que un grupo de médicos que ofrecen servicios de salud especializados

⁵⁹ AGEXPORT. Sitio web. www.export.org.gt. Consultado el 30 de Marzo de 2012.

conformaron el Clúster del Turismo de Salud y Bienestar con el apoyo del Programa Nacional de Competitividad – PRONACOM- e INGUAT. Luego a esta iniciativa se sumó a mediados del 2007, la Asociación Guatemalteca de Exportadores, para lo cual realizó una alianza con el Centro de Comercio Internacional –CCI-. Es acá donde surge el 28 de septiembre de 2007, la Comisión de Turismo de Salud y Bienestar en el marco de AGEXPORT.

La Comisión de Turismo de Salud y Bienestar de AGEXPORT, está integrada por un grupo de instituciones y profesionales de la salud y turismo, los cuales prestan servicios médicos, de bienestar y turísticos. “El objetivo de la Comisión es posicionar al sector, a nivel internacional como un destino de turismo de salud y bienestar de calidad mundial.”⁶⁰

Las empresas que conforman la comisión de Turismo de Salud y Bienestar son empresas en los campos de: Medicina Alternativa, Radioterapia, Clínicas Dentales, Clínicas Auditivas, Centros de Fertilidad, Hospitales, Hoteles, Laboratorios y Centros de Diagnósticos, Facilitadores de Turismo Médico, Clínicas Oftalmológicas, Clínicas de Cirugía Plástica, Cirugía General y Especializada, Spas, Tour Operadores. Actualmente la comisión cuenta con 38 socios.⁶¹

La Comisión es miembro de la Asociación de Turismo Médico (MTA por sus siglas en inglés) con base en La Florida, Estados Unidos, de quienes obtienen asesoría para promover al sector a nivel internacional.

4.5.2.3 La promoción en el exterior

La comisión de turismo de salud y bienestar tiene como objetivo posicionar a Guatemala como destino de turismo de salud esto a través de actividades de promoción.

⁶⁰ Ibid

⁶¹ Datos de la Comisión de Turismo de Salud y Bienestar de AGEXPORT, 2011. Sitio web. www.healthwellnessguatemala.com. Consultado el 30 de Marzo de 2012.

Entre las actividades de promoción que realiza la Comisión se encuentran las siguientes

Una página web en donde se promociona la oferta del país a través de los servicios médicos que se proveen en Guatemala, así como un Directorio de las clínicas asociadas a la comisión.

Participación de ferias en el territorio nacional, por ejemplo la Cumbre de Exportación de Servicios, que es una feria que se realiza en Guatemala como una plataforma en donde gerentes y propietarios de empresas ligadas a los sectores de servicios se reúnen con compradores internacionales para generar alianzas y oportunidades de negocios con el objetivo de buscar nuevos mercados internacionales.

Tours de Familiarización, estos tours de acuerdo con la Comisión de Turismo de Salud y bienestar se realizan con el objetivo de mostrar las facilidades medicas a tour operadores de otros países. Asistir a las visitas programadas a hospitales, laboratorios y hoteles para mostrar el equipo e infraestructura con la que cuenta el país, con el objetivo de que promocionen a Guatemala como un destino para turismo de salud.

Ruedas de negocios en donde empresas nacionales y de la región tienen la oportunidad de reunirse con empresas internacionales que vienen al país para conocer la oferta exportable y poder concretar negocios.

Participación en ferias en otros países que se realizan tanto a nivel regional como fuera del continente, donde se tiene como objetivo principal brindar información del país y de los servicios que se practican en Guatemala.

4.6 Certificaciones Médicas

“La certificación es una forma de garantizar que una actividad o producto cumple con ciertos estándares”⁶². Las certificaciones se desarrollan más que todo para garantizar a los consumidores la confiabilidad de los productos o servicios. A lo largo del tiempo diferentes organizaciones han desarrollado programas de certificación que miden distintos aspectos del turismo de salud.

Para poder hacer de Guatemala un país más competitivo es necesario certificar las competencias de los médicos y hospitales. Esto le proporciona al país una ventaja competitiva ya que otros países de la región con bastante afluencia de turistas con fines de salud ya cuentan con certificaciones. Estas le proporcionan al turista una seguridad y un respaldo, para que puedan realizarse servicios médicos de calidad a precios competitivos al mismo tiempo que podrán gozar de los atractivos turísticos del país.

El efecto principal que tiene para Guatemala que las clínicas y hospitales no cuenten con algún tipo de certificación internacional, es que aun no se logra captar el segmento de pacientes extranjeros deseado. Es por eso que el mercado actualmente se está dirigiendo a otros países, que ya están avanzados en el tema de turismo médico y al mismo tiempo cuentan con algún tipo de certificación.

Las certificaciones de hospitales y clínicas contribuye al fortalecimiento de los mismos lo que puede favorecer al aumento de sus niveles de competitividad y calidad colocando de esta manera al país como un destino para el turismo de salud con altos estándares de calidad. Esto también contribuye a incorporar nuevas tecnologías, mejorar procesos y principalmente, internacionalizar y promover los servicios médicos de salud y de bienestar que ofrecen a nivel mundial.

El mercado internacional de servicios médicos se ha desarrollado rápidamente en los últimos años. La oferta se encuentra en Asia, Europa, y varios países del continente

⁶² Bien, Amos. (2006). Una Guía Simple para la Certificación del Turismo Sostenible y el Ecoturismo. Consultado de www.responsibletravel.org/resources/documents/reports/Manual_No_1.pdf. Pág. 7 el día 20 de Abril de 2012.

americano como Costa Rica y Colombia, una oferta muy competitiva. Mientras la demanda continúa en aumento. Por esa razón es necesario brindar la confianza al paciente y dar un valor agregado a los servicios para hacer de Guatemala un destino atractivo para el turismo médico.

Guatemala cuenta con servicios de calidad, instalaciones donde se realizan los servicios médicos, normas de higiene y limpieza de acuerdo a las buenas prácticas, los médicos que practican los servicios médicos son especialistas en la rama que manejan. Algunos cuentan con diversas especializaciones y muchos de estos títulos fueron obtenidos en países del primer mundo como Estados Unidos. Las instalaciones cuentan con el equipo apropiado, dependiendo la rama médica a la que cada empresa se dedica. Por lo que la obtención de Certificaciones que acrediten estas ventajas se hacen de suma importancia en Guatemala.

A continuación se presentan las metas propuestas por la Comisión de turismo de Salud y Bienestar en su plan estratégico para lograr el posicionamiento de Guatemala como un destino líder en turismo de salud, estas metas se presentan en corto, mediano y largo plazo. Siendo parte de estas metas contar para el año 2020 con 3 hospitales y 30 clínicas certificadas.

Cuadro N° 4

CORTO PLAZO 2012	MEDIANO PLAZO 2015	LARGO PLAZO 2020
Lograr un posicionamiento del país	Contar con hospitales y clínicas certificados	Tener al país bien posicionado en el turismo de salud
Realizar una promoción Comercial a través de ferias de turismo	Alianzas con compañías de seguros	Enfermeras y personal médico 100% bilingüe
Alianzas con líneas aéreas, clínicas y médicos del extranjero.	Alianzas con países de Centroamérica para promover la región	Escuelas para enfermeras con competencias globales
Iniciar con el proceso de certificaciones	Un departamento de atención a pacientes internacionales	3 hospitales y 30 clínicas certificadas

Fuente: Plan Estratégico Comisión de Turismo de Salud y Bienestar de AGEXPORT. Anexo 1

Existen distintas organizaciones que se encargan de certificar la actividad turística con fines de salud a nivel internacional, entre estas organizaciones se encuentra la Joint Commission International (JCI por sus siglas en inglés). Esta es una organización sin fines de lucro cuya acreditación se ha convertido en el estándar internacional de calidad y seguridad en centros sanitarios muy reconocidos.

La certificación proporciona el compromiso por parte de las clínicas u hospitales de mejorar la seguridad y la calidad de atención al paciente y trabajar permanentemente para la disminución de riesgos, tanto para los pacientes como para el personal.

JCI presenta un programa de acreditación y certificación, lo cual incluye planes de asesoría y capacitación de preparación para clínicas y hospitales que deseen atender pacientes provenientes de Estados Unidos y otras partes del mundo. Su programa presenta estándares y métodos de evaluación únicos que se destacan a nivel mundial por establecer parámetros cuantificables en calidad de atención al paciente, promoviendo cambios positivos que benefician al personal clínico, pacientes y personal administrativo.⁶³

De acuerdo con Claudia de León de la Comisión de Turismo de Salud y Bienestar de AGEXPORT⁶⁴, la comisión está en el proceso de obtener la acreditación de la JCI. Así mismo, existen dos hospitales privados en el país que se encuentran evaluando procesos para poder certificarse con la Joint Commission Internatioanal –JCI-.⁶⁵

Objetivos de la acreditación JCI:

- Promover el mejoramiento continuo de la atención.
- Proporcionar al usuario la confianza para acceder a un servicio de salud.

⁶³ Joint Commission International. Sitio web. www.es.jointcommissioninternational.org. Consultado el 30 de Marzo de 2012.

⁶⁴ Entrevista realizada a Claudia de León, Coordinadora de la Comisión de Turismo de Salud y Bienestar el día 26 de Abril de 2012.

⁶⁵ Datos proporcionados por la Comisión De Salud y Bienestar de AGEXPORT. Plan Estratégico 2011.

- Garantizar que los establecimientos acreditados cuentan con los recursos y la capacidad de gestión adecuada para ofrecer servicios efectivos, eficientes, seguros y de calidad.
- Fomentar en los funcionarios y el personal, procesos de auto evaluación permanente que permitan identificar puntos críticos y establecer mecanismos para mejorar la calidad de atención
- Optimizar el uso y rendimiento de los servicios.⁶⁶

Como se mencionó la obtención de una certificación internacional para procedimientos médicos es necesaria para las clínicas y hospitales que desean atraer pacientes internacionales. Mientras no se obtenga dicha certificación no existe un reconocimiento que de respaldo y corrobore que los servicios médicos que se prestan en Guatemala son de calidad y de prestigio, como los servicios que se prestan internacionalmente en países desarrollados.

El proceso de evaluación ayuda a las organizaciones a identificar y corregir los problemas para mejorar la calidad en los servicios. Los evaluadores de la JCI además de calificar el cumplimiento de los estándares, brindan educación para apoyar las actividades de mejora de la calidad.

El tiempo que toma para un hospital o clínica la acreditación varía dependiendo de las condiciones en que se encuentre la organización en cuanto a los estándares establecidos, por lo que la JCI ofrece asesorías y un proceso de preparación para identificar los pasos necesarios para lograr la certificación. Una vez se cumplen los estándares establecidos por la JCI el hospital o clínica es evaluado para luego poder otorgar la certificación. Esta tiene una validez de tres años, después de este tiempo la organización deberá pasar nuevamente por el proceso de evaluación.⁶⁷

⁶⁶ Joint Commission International. Sitio web. www.es.jointcommissioninternational.org. Consultado el 30 de Marzo de 2012

⁶⁷ Joint Commission International. Estándares para la acreditación de Hospitales. 4ta edición 2010. Consultado el 20 de Septiembre de 2012 de <http://es.jointcommissioninternational.org/enes/Programs-Hospitals/>

Tomando en cuenta que la base para cualquier evaluación para la acreditación de una organización por la Joint Commission International son los estándares oficiales publicados por esta comisión, a continuación se detallan estos estándares o requisitos que los hospitales o clínicas guatemaltecas tendrían que cumplir para poder ser evaluados y certificados.

4.6.1 Certificaciones para Hospitales

Los requisitos o estándares para la certificación de hospitales son los siguientes:⁶⁸

- Ø Seguridad del Paciente Internacional - incluye una serie de metas a alcanzar entre las cuales se encuentran: identificar a los pacientes correctamente, mejorar la comunicación efectiva, mejorar la seguridad de medicamentos, asegurar procedimientos correctos para cirugías, reducir el riesgo de infecciones asociadas a la salud, reducir el riesgo de daños a pacientes por caídas.
- Ø Acceso a la atención y continuidad de la atención – el objetivo es satisfacer las necesidades del paciente con los servicios disponibles y luego dar un seguimiento en la atención para obtener mejores resultados en la recuperación del paciente.
- Ø Derechos del paciente y la familia – cada paciente tiene sus propias necesidades por lo que el hospital debe manejar una comunicación abierta con los pacientes y familiares para proteger y respetar los valores culturales de cada paciente.
- Ø Evaluación del paciente – la evaluación del paciente es un proceso continuo y dinámico que contribuye a la toma de decisiones en cuanto a las necesidades del paciente, el tratamiento inmediato o de emergencia, etc.
- Ø Cuidado del paciente – el propósito primordial de un hospital debe ser el cuidado del paciente, proporcionando la atención más apropiada en un entorno que responde a las necesidades únicas de cada paciente.

⁶⁸ Ibid

- Ø Anestesia y atención quirúrgica – el uso de anestesia y las intervenciones quirúrgicas son procesos complejos, requieren de una evaluación completa del paciente y monitoreo continuo para la rehabilitación y mejora del paciente.
- Ø Administración y uso del medicamento – la administración de medicamentos es un componente importante en el tratamiento preventivo y curativo. Por lo que el proceso de selección del medicamento debe cumplir con ciertos requisitos para la recuperación del paciente.
- Ø Educación del paciente y la familia – la información que recibe el paciente y su familia ayuda a este a participar mejor en su atención médica y a tomar decisiones sobre su salud.

4.6.2 Certificaciones para clínicas

Los requisitos o estándares para la certificación de clínicas son los siguientes⁶⁹

- Ø Seguridad del paciente internacional – incluye: identificar a los pacientes correctamente, mejorar la comunicación efectiva, mejorar la seguridad de medicamentos, asegurar procedimientos correctos para cirugías, reducir el riesgo de infecciones asociadas a la salud, reducir el riesgo de daños a pacientes por caídas.
- Ø Acceso de pacientes y evaluación – abarca una serie de medidas para el acceso de los pacientes a los servicios basados en sus necesidades de salud y atención clínica.
- Ø Cuidado del paciente y la continuidad asistencial – el cuidado proporcionado a cada paciente debe ser planificado y documentado en el record del paciente, proporcionando una atención adecuada de acuerdo a sus necesidades.
- Ø Derechos y responsabilidades del paciente – las clínicas son responsables de desarrollar e implementar procesos que apoyen al paciente y a la familia durante la atención médica.

⁶⁹ Joint Commission International. Estandáres de acreditación para clínicas, 2nda edición 2009. Consultado el 20 de Septiembre de <http://es.jointcommissioninternational.org/enes/ambulatory-care/>

- Ø Registro del paciente y flujo de información – el objetivo es que la organización lleve un record clínico por cada paciente que contenga información para identificar al paciente, apoyar los diagnósticos, justificar tratamientos, documentar el desarrollo y los resultados del tratamiento, y promover el flujo de información entre los proveedores de atención médica de los pacientes.
- Ø Contratos de servicios para pacientes – atención, tratamiento o servicios prestados se proporcionan de manera segura y efectiva a través de un acuerdo contractual.
- Ø Educación del paciente y la familia – la educación del paciente se centra en el paciente y cuando es necesario en la participación de la familia para la toma de decisiones. La educación esta relacionada a los tratamientos y servicios proporcionados.

La JCI mide todos estos estándares y de esta manera certifica, proporcionando al paciente extranjero la seguridad que las clínicas y hospitales en Guatemala cumplen con estos requisitos.

CAPITULO V.

5. EL TURISMO DE SALUD COMO FUENTE DE DIVISAS

5.1 Divisas

Las divisas no son más que la moneda internacional o dicho de otra manera la moneda de otros países que normalmente se utiliza para las transacciones internacionales. “En la actualidad las divisas funcionan como dinero mundial, es decir, para realizar transacciones internacionales”.⁷⁰ La atracción de divisas es muy importante para la economía guatemalteca. El país percibe divisas a través de las remesas familiares, las exportaciones, el flujo de turistas, y por medio de la inversión extranjera directa.

Es necesario contar con divisas en el país ya que estas constituyen un poder adquisitivo y ayudan a garantizar el buen funcionamiento de las economías pequeñas como es el caso de Guatemala. Los importadores demandan divisas para poder pagar los productos que comercian internacionalmente. “Los ingresos de divisas por turismo a mediados de los ochenta solamente tenían cierta importancia en Costa Rica, pero en la primera década del siglo XXI esos ingresos aumentaron rápidamente en todos los países de Centroamérica. Más allá de su aporte como fuente de divisas, el turismo en los últimos años desató masivos flujos de inversión extranjera directa, ya sea como inversión calificada, como turística o como inmobiliaria.”⁷¹

5.2 Fuentes de Divisas

Si bien es cierto las divisas se pueden adquirir a través de préstamos al Fondo Monetario Internacional, esto implica un endeudamiento. Por tal razón se busca desarrollar fuentes propias que generen divisas, por lo que se cree que el turismo de

⁷⁰ Hernández Andrade, Jorge Fidel (2008). **Economía Internacional**. Editorial e Imprenta Servicios Profesionales, Guatemala, Guatemala. Pág.122

⁷¹ Rosa, Herman (2008). **Perfiles y Trayectorias del Cambio Económico en Centroamérica: Una mirada desde las fuentes generadoras de divisas**. San Salvador, El Salvador. Pág. 5

salud es una buena oportunidad que puede aprovecharse y explotarse al máximo para la atracción de estas.

Debido a la globalización económica y social, se han producido cambios en el sistema económico incluyendo la forma en que se perciben las divisas. Según Rosa Entre 1978 y 2006 se dio un cambio radical en la fuente principal de divisas en la región, de la agro exportación tradicional (café, banano, azúcar, algodón y carne) a la emigración; es decir, que la exportación directa de las personas es ahora la forma principal en que la región capta las divisas bajo la forma de remesas.⁷²

Como bien se menciona la agro exportación tradicional era la fuente de divisas principal en el área centroamericana, esto ha cambiando con el tiempo en toda la región y han surgido nuevas fuentes de divisas. Los países de la región han sido capaces de ampliar su capacidad de generar divisas y por ende la capacidad de importar bienes y servicios de otros países. Guatemala ha ampliado de forma considerable el comercio internacional exportando también productos agrícolas no tradicionales como vegetales de invierno, frutas y flores, así como a través de la maquila industrial y a través del turismo, captando de esta forma más divisas.

El ingreso de divisas por medio de las diferentes formas de turismo ha ido en aumento a través de los años. La tecnología y los avanzados sistemas de comunicación que permiten promocionar a los países de la región como sitios turísticos y los avances en el transporte ha contribuido a la afluencia de turistas con fines de todo tipo por lo que en los últimos años se ha experimentado una especialización del turismo. El turismo con fines de salud representa un segmento del turismo con gran potencial para la captación de divisas.

5.3 Mercado de Divisas

El mercado de divisas no es más que el mercado en el cual se transan las distintas monedas extranjeras. “Este mercado está constituido por una gran cantidad de

⁷² Ibid. Pág. 2

agentes alrededor del mundo, quienes compran y venden monedas de otras naciones, permitiendo así la realización de cualquier transacción internacional.”⁷³

Tomando en cuenta lo anterior se puede decir que el mercado de divisas o mercado de cambio extranjero es el marco dentro del cual los bancos, las empresas y los individuos compran y venden monedas extranjeras.

En el caso del turismo de salud y en general de cualquier tipo de turismo se puede decir que los turistas entran en contacto con el mercado de divisas desde que llegan a un aeropuerto extranjero en donde pueden convertir su moneda a la moneda del país donde se encuentren. Algunos turistas incluso antes de salir de sus países de residencia hacen la conversión de la moneda.

“Cada transacción económica internacional requiere una transacción de cambio extranjero, es decir, la conversión de una moneda a otra. La función primaria del mercado de cambio extranjero es realizar esta conversión (o la transferencia de poder de compra) de una moneda a otra.”⁷⁴

Esto no sería necesario si en el mundo existiera solamente una moneda, pero debido a la diversidad de monedas nacionales este tipo de transacciones son necesarias para que pueda realizarse el comercio internacional de bienes y servicios y que se pueda convertir la moneda del país importador a la moneda del país exportador.

5.4 Tasa de Cambio Extranjero

“El precio de una moneda en términos de otra se conoce como tasa de cambio extranjero o, simplemente, tasa de cambio”⁷⁵

El presidente de la Comisión de Turismo de Salud y Bienestar de AGEXPORT, Julio Donado, dijo a Notimex que el sector guatemalteco trabaja para convertirse en un

⁷³ Leandro, Gabriel. (n.d.). **El Mercado Cambiario y el Tipo de Cambio**. Consultado el 15 de Marzo de 2012 desde www.auladeeconomia.com.

⁷⁴ Chacholiades, Miltiades (1992). **Economía Internacional**. McGraw-Hill Interamericana, S.A., México, DF. Pág. 286

⁷⁵ Ibid. Pág. 293

proveedor de servicios médicos de calidad mundial y liderar en América Latina esta industria. Precisó que el sector de turismo de salud de Guatemala recibe pacientes de países centroamericanos, europeos, del sur de México, Estados Unidos y Belice, que consiguen en este país tratamientos médicos de calidad a precios mucho más bajos que en sus lugares de origen.⁷⁶ Esto es debido principalmente a la tasa de cambio la cual en este caso favorece a residentes de países como Estados Unidos o Europa.

El tipo de cambio se determina en el mercado de divisas mediante el juego de la oferta y la demanda y, como todo precio, su valor puede fluctuar tanto al alza como a la baja.⁷⁷

Los tipos de cambio son los precios relativos de las monedas nacionales frente a las monedas de otros países. De acuerdo con Tugores⁷⁸ hay que tener claro que el tipo de cambio no es sólo el precio de la “mercancía” dólar o peso frente a otra “mercancía” llamada euro o yen. El papel central de los tipos de cambio en las economías modernas incide y pueden afectar la competitividad de los productos nacionales frente a otros productos de otro país.

Por esto cabe recalcar la importancia de los tipos de cambio haciendo énfasis en la importancia de estos precios relativos en las economías internacionales ya que las fluctuaciones de la moneda pueden provocar pérdida de competitividad para los países. Esto provoca que unos productos o servicios de un país aparezcan relativamente más baratos o más caros que los de otro, es decir, ganan o pierden competitividad.

⁷⁶ SDP noticias.com (2011). **“Impulsan sector turismo de salud y bienestar de Guatemala”**. Consultado el 17 de Marzo de www.sdpnoticias.com

⁷⁷ Mochón, Francisco (2008). **Economía y Turismo**. McGraw-Hill/Interamericana de España, Madrid. Pág. 344

⁷⁸ Tugores, Juan (2006). **Economía Internacional: globalización e integración económica**. McGraw-Hill, Madrid, España. Pág. 146

5.5 Sectores de la industria que se benefician con el turismo

El turismo tiene un impacto en cascada en la economía representando ingresos para diversos sectores. Dentro de los sectores de la industria que se benefician de la actividad económica del turismo se menciona:

- La gastronomía, restaurantes y cafeterías
- Hotelería
- Indumentaria
- Servicios culturales y deportivos.
- Transporte, incluido el marítimo, aéreo y terrestre
- Servicios de salud
- Academias educativas, en estas academias se enseña el idioma español a los extranjeros que estarán un tiempo en el país.
- Agencias de viaje y operadores turísticos.
- La construcción, infraestructura (carreteras, puertos, aeropuertos, etc.)

Para los empresarios los turistas cuentan con medios de pago y necesitan consumir bienes y utilizar servicios. “Los empresarios que elaboran y venden esos bienes y servicios a los turistas configuran el llamado sector turístico.”⁷⁹

De los servicios de alojamiento, alimentación, educación, transporte, etc. se encargan en su mayor parte los empresarios del sector privado. Los servicios de accesibilidad se encuentran en manos del sector público en casi todos los países estos son los puertos, carreteras y aeropuertos.

5.6 Ventajas Competitivas de Guatemala

“Las ventajas competitivas son aquellas fortalezas que el país construye a través de inversión y de innovación.”⁸⁰ Las ventajas competitivas son creadas y reflejan la verdadera capacidad competitiva de un país.

⁷⁹ Muñoz de Escalona, Francisco (2007). **El Turismo Explicado con Claridad**. Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2007c/. Pág. 18

Guatemala posee varias ventajas competitivas para promover el turismo de salud en el país como un servicio de alta calidad con el fin de atraer más turistas y hacer de Guatemala un destino líder en el turismo con fines de salud.

Claudia de León, Coordinadora de la Comisión de Turismo de Salud y Bienestar de AGEXPORT menciona que existen varias fortalezas que Guatemala puede aprovechar como ventajas competitivas⁸¹ Entre estas fortalezas se encuentran:

- **Alta Calidad y Experiencia** - Existen varias instituciones de salud y clínicas que desde hace varios años han prestado servicios médicos a pacientes extranjeros. Estas instituciones cuentan con infraestructura de excelencia y son fácilmente reconocidas debido al liderazgo en la implementación de tecnología y servicios de primera calidad, aunado a las mejores prácticas médico-hospitalarias durante más de 50 años. Varios de los doctores y profesionales se han graduado o realizado sus especializaciones en las mejores escuelas de medicina de Estados Unidos y Europa.
- **Inglés como primera lengua extranjera** - Guatemala es un país multicultural en donde adicionalmente al idioma oficial, español, el idioma inglés se ha convertido una forma común de comunicarse con los extranjeros. Esto evita el riesgo que imponen las barreras del lenguaje, incrementando por consiguiente la nivel de satisfacción debido al gran porcentaje de doctores, enfermeras, operadores de turismo, personal de servicio entre otros, que hablan el inglés de manera fluida.
- **Servicios y tratamientos únicos en la región** - Debido a la actualización constante de los médicos, Guatemala ofrece tratamientos y servicios únicos a nivel Centroamérica.

⁸⁰ Sánchez, Guisela (2006). **El Potencial Competitivo de Guatemala**. Programa Nacional de Competitividad PRONACOM. Extraído el día 20 de Marzo desde <http://www.centrase.org/2007/biblioteca/EI%20Potencial%20Competitivo%20de%20Guatemala.pdf>. Pág. 33

⁸¹ Entrevista realizada a Claudia de León, Coordinadora de la Comisión de Turismo de Salud y Bienestar de AGEXPORT el día 26 de Abril de 2012.

- **Mano de obra calificada** – La mano de obra calificada y relativamente más accesible en comparación a los países desarrollados es otra ventaja competitiva que puede aprovechar Guatemala.

5.7 Ventajas Comparativas de Guatemala

“Las fortalezas que el país tiene naturalmente frente a otros países del mundo, se denominan ventajas comparativas.”⁸² Entre las oportunidades que se pueden aprovechar en el país están:

- **Atractivos turísticos** – Guatemala cuenta con sitios arqueológicos y bellos paisajes atractivos.
- **Posición geográfica** - La posición estratégica del país le convierte en un puente natural, cultural y económico entre las regiones del mundo. Ya que esta convenientemente localizado entre América del Norte y América del Sur, y entre el Pacífico y el Atlántico.
- **Clima favorable** – Guatemala también conocido como el país de la eterna primavera, ofrece un clima agradable todo el año.
- **Biodiversidad** – El país cuenta con gran cantidad de recursos naturales, ofreciendo una diversidad de fauna y flora en todo el país.

5.8 El sector de turismo de salud como plataforma para la captación de divisas

Cada día es más frecuente viajar a otros países para someterse a un tratamiento médico o para una intervención quirúrgica. Los motivos son muchos y varían con cada persona. Estos viajes sean por necesidad, conveniencia o vanidad, son muy rentables para los centros médicos especializados que los practican. Hay personas que combinan cirugías menores y otros tratamientos con la visita a lugares turísticos. Según informes de la comisión de Turismo de Salud y Bienestar de AGEXPORT del

⁸² Sánchez, Guisela (2006). **El Potencial Competitivo de Guatemala**. Programa Nacional de Competitividad PRONACOM. Extraído el día 20 de Marzo desde <http://www.centrase.org/2007/biblioteca/EI%20Potencial%20Competitivo%20de%20Guatemala.pdf>. Pág. 33

2010, los turistas de salud gastan un promedio de cuatro veces más que un turista normal ya que por lo regular tienen una estancia más prolongada.⁸³

Según lo establecido por Quesada⁸⁴ este tipo de turismo tiene una gran perspectiva de crecimiento, pues las personas con padecimientos aumentan día con día y pueden encontrar en esta modalidad, la tranquilidad de espíritu y la recuperación de energías que buscan. El turismo de salud es cada día más significativo, pues la tendencia actual y futura será la de mejorar las condiciones físicas de las personas, para lo cual este tipo de turismo ofrece múltiples opciones que procura no sólo esto, sino que también poder disfrutar de la estancia, visitando o restableciéndose en el destino seleccionado.

Los viajes por motivos médicos movilizan miles de personas y esto continúa en ascenso, Guatemala aspira atraer un porcentaje de ese segmento, lo que representaría un incentivo en la economía.

Cualquier país que quiera impulsar el desarrollo a través del turismo de salud debe contar con una fuerte red hotelera, con una buena infraestructura de carreteras, seguridad, oferta gastronómica y algo de mucha importancia es contar con servicios de salud de calidad, con personal bien capacitado, bilingüe y un equipo de tecnología. Esto le permite al turista tener una garantía de que durante su estadía no solamente disfrutará de los atractivos turísticos si no que además tendrá una amplia gama de oferta de servicios de salud que le brinden tranquilidad. En este caso, hablando del turismo con fines de salud, se le puede ofrecer al turista paquetes médicos, especialmente los que tienen una gran demanda como lo son la cirugía estética y tratamientos anti-estrés.

A nivel mundial se puede decir que el extraordinario crecimiento del turismo con fines de salud se ha concretado tanto en el aumento del número de turistas como en los ingresos por turismo, aquí se puede mencionar que los turistas que viajan con fines

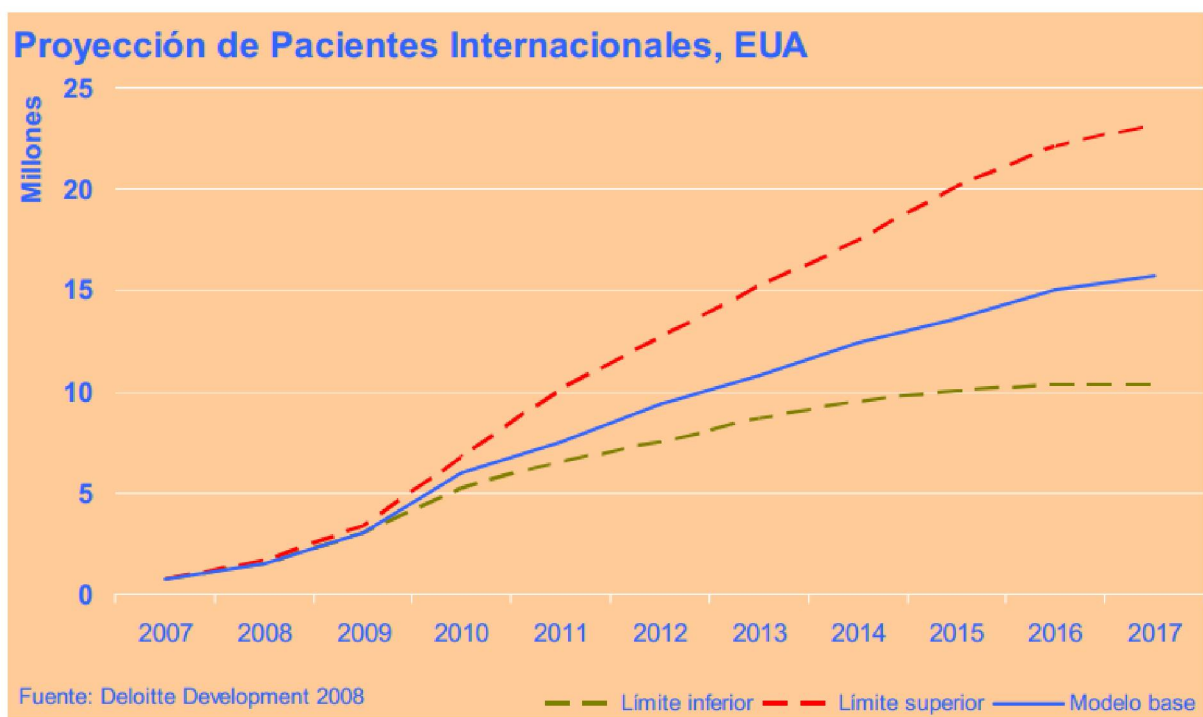
⁸³ Datos proporcionados por la Comisión De Salud y Bienestar de AGEXPORT. Plan Estratégico 2010.

⁸⁴ Quesada Castro, Renato (2000). Elementos del Turismo. Editorial Universidad Estatal a Distancia, San José, Costa Rica. Pág. 105

médicos cada día son más en el mundo y esta actividad se lleva a cabo con más frecuencia. Esto representa una entrada de divisas mucho mayor que la que gastaría un turista regular ya que los turistas de salud gastan en operaciones, tratamientos para la salud a parte del gasto en alojamiento, alimentación y todos los demás gastos que se equiparan a los que hace un turista regular que viaja con fines del ocio.

De acuerdo a una encuesta realizada por Deloitte aplicada tres mil norteamericanos consumidores de tratamientos médicos en 2008, se estima que el turismo de salud crecerá en más de catorce veces entre 2007 y 2014, al pasar de 750,000 pacientes a 10 millones.⁸⁵ (Ver gráfica 3)

Gráfica N° 3



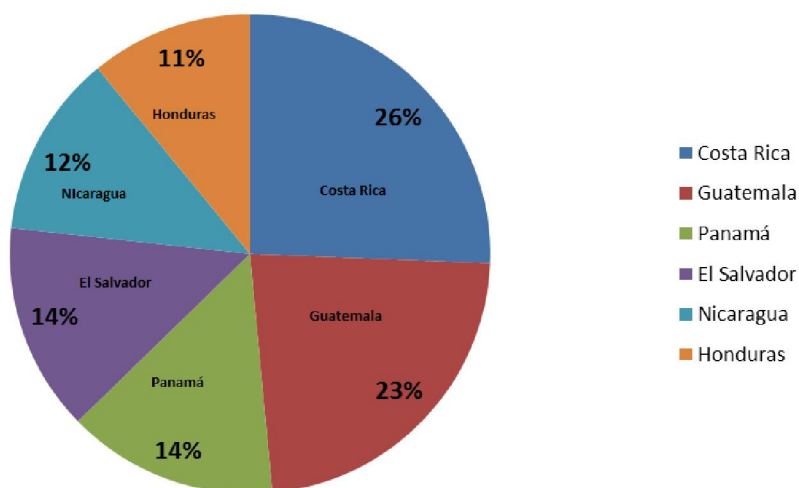
Fuente: Deloitte Development 2008

⁸⁵ Deloitte, Medical Tourism "Consumers in Search of Value", Enero 2009. Consultado el 25 de Septiembre de http://www.promexico.gob.mx/work/models/promexico/Resource/122/1/images/turismo_salud.pdf

El turismo en la actualidad y en un futuro próximo continuará siendo un sector con una fuerte dinámica expansiva. Esto debido a que la evolución del turismo esta ligada al incremento del nivel de vida de las personas, por lo que el proceso globalizador en cuanto a nuevas tecnologías y el abaratamiento del transporte internacional provoca un cambio en los comportamientos de las personas lo que directa o indirectamente incide en el turismo.

De los 8 millones de turistas que recibió toda la región centroamericana en 2010, Costa Rica atrajo un 26% de estos, seguido por Guatemala con un 23%. Los datos se desprenden de las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (ver anexos 7 al 12). Se afirma que el turismo continúa siendo clave para el crecimiento económico de los países y el mundo, a través de sus actividades de exportación, la actividad de turismo generó 919 mil millones de dólares a nivel mundial.⁸⁶

Gráfica N° 4
% de Turistas por país



Fuente: elaboración propia en base a estadísticas de la Organización Mundial del Turismo

⁸⁶ Organización Mundial del Turismo. Sitio web <http://www2.unwto.org/es>. Consultado el 12 de Septiembre de 2012.

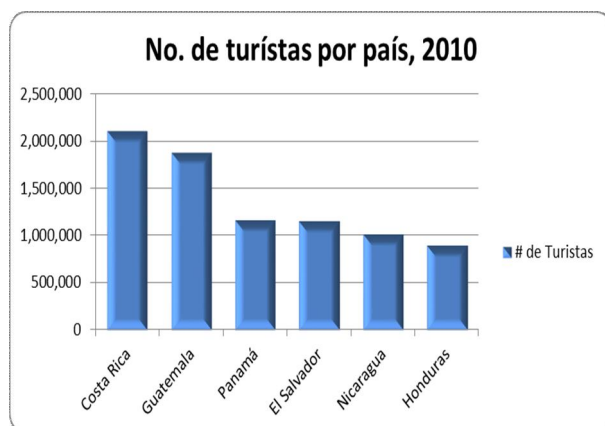
A continuación se muestra el número de turistas recibidos en Centroamérica durante el 2009 y 2010 y la tasa de crecimiento por país. Como se menciona Costa Rica es el país que más turistas atrae, seguido por Guatemala.

Gráfica N° 5

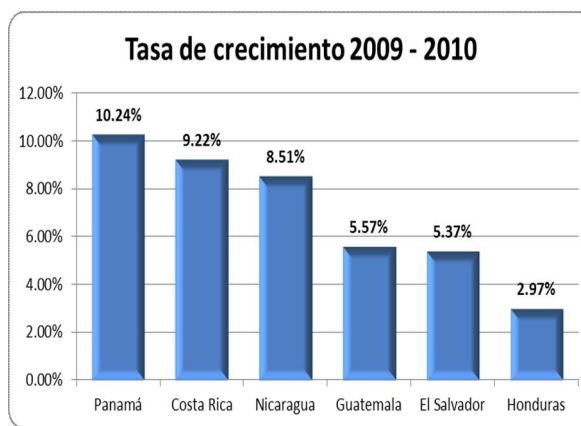
	2009	2010	2009-2010
	# de Turistas	# de Turistas	Tasa de crecimiento
Costa Rica	1,922,579	2,099,829	9.22%
Guatemala	1,776,868	1,875,777	5.57%
Panamá	1,054,663	1,162,713	10.24%
El Salvador	1,090,926	1,149,562	5.37%
Nicaragua	931,904	1,011,251	8.51%
Honduras	869,805	895,603	2.97%
Total	7,646,745	8,194,735	7.17%

Fuente: Elaboración propia con base en estadísticas de la Organización Mundial de Turismo.

Gráfica N° 6



Gráfica N° 7



Fuente: Elaboración propia con base en estadísticas de la Organización Mundial de Turismo

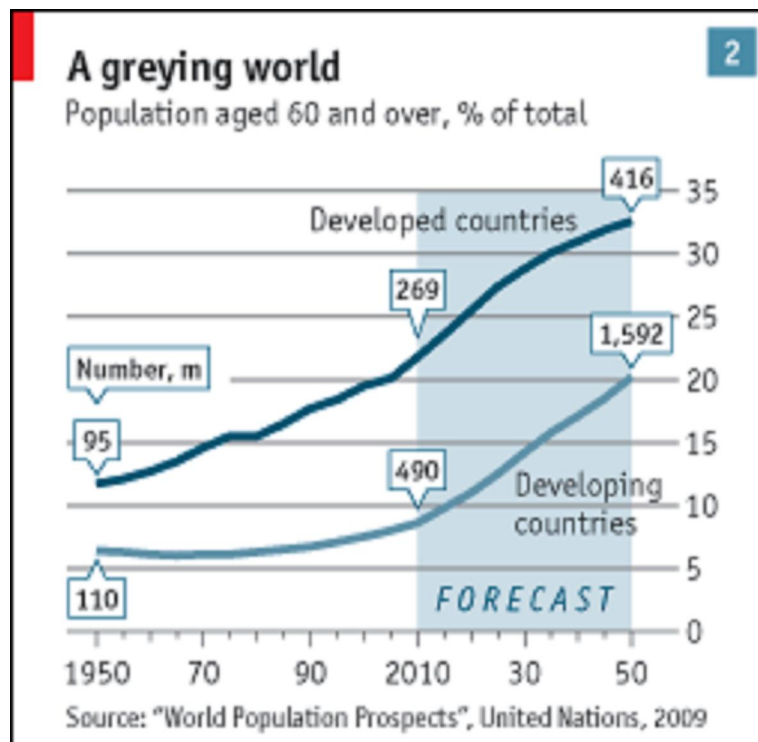
Para los países exportadores, el turismo de salud representa una oportunidad para las economías emergentes, ya que este tipo de turismo puede contribuir al desarrollo económico a través de un efecto multiplicador o de cascada en otros sectores de la economía, incrementando la demanda de hoteles, restaurantes y otros servicios asociados al turismo.

“El turismo de salud puede ser visto también como un medio para obtener divisas y disminuir el déficit en muchos países con medianos y bajos ingresos”. Esto debido a que mientras más afluencia de turistas de salud reciba un país, se perciben más divisas, debido a la estancia prolongada que tienen este tipo de turistas y los gastos médicos, en hotel, comida y otros gastos asociados al turismo.

Actualmente, varios países con altos y medianos ingresos se ven confrontados con el rápido incremento de los costos de salud debido más que todo a un envejecimiento de su población y una escasez de proveedores de los servicios médicos. Los países menos desarrollados como el nuestro al contrario cuentan con una población relativamente joven.

Como se muestra en la gráfica No 8 la población de los países desarrollados esta creciendo rápidamente, según datos de Naciones Unidas para el 2050 la población arriba de los 60 años representará un 22% de la población en los países en desarrollo, mientras en los países desarrollados representa un 33%.

Gráfica No. 8



Fuente: Proyecciones de la Población Mundial, Naciones Unidas, 2009

“Para contener la carga financiera para el presupuesto público, muchos países han decidido que el individuo debe asumir una parte creciente de los costos de salud”.⁸⁷ Esto se traduce en la necesidad de los pacientes para buscar atención médica en otros lugares menos costosos. Estos pacientes a menudo optan por viajar a países donde los servicios médicos se ofrecen a costos significativamente más bajos, como en países de economías emergentes y menos desarrolladas como Tailandia, India, Costa Rica, Guatemala, etc. Los hospitales de estos países tratan de promover su tratamiento de alta calidad mediante la búsqueda de la acreditación internacional o por su afiliación con los hospitales destacados en los países desarrollados. Por otra parte, los gobiernos de estos países a menudo fomentan activamente el turismo de salud, facilitando, por ejemplo, simplificar los requisitos de visado para los pacientes

⁸⁷ Helble, Matthias (2010). **El movimiento de pacientes a través de las fronteras: desafíos y oportunidades para la salud pública**. Consultado de www.who.int/bulletin/volumes/89/1/10-076612/en/index.html. El 25 de Marzo de 2012. Pág. 69

extranjeros. En Guatemala por ejemplo no es necesaria la visa para turistas provenientes de Estados Unidos y Europa.

Los pacientes que buscan atención de salud buscan países con certificaciones de servicios de calidad y por supuesto a un costo relativamente menor.

Este fenómeno de pacientes que abandonan su país de origen para recibir tratamiento médico en el extranjero no es algo nuevo, sin embargo, el rápido desarrollo y la magnitud del turismo de salud si es algo bastante reciente. Debido a la proliferación de estos servicios en países menos desarrollados y a la alza de costos de servicios médicos en algunos países y las reformas de salud en países de economías mas avanzadas, se espera que el turismo de salud crezca aún más en el futuro.

La salud es uno de los tesoros más preciados por la humanidad, las personas buscan mantenerse sanos y libres de enfermedades. Por lo que las expectativas de captar divisas a través de esta actividad son muy prometedoras ya que las enfermedades siempre aquejan al ser humano y este siempre va a buscar tener salud por sobre todo aunque eso implique viajar a otros países.

5.9 Importancia del sector de turismo de salud para la economía guatemalteca en el ámbito internacional

“El turismo de salud es una industria floreciente en la que Guatemala comienza a incursionar. En Latinoamérica le aventajan Argentina, Colombia, México y Costa Rica, que cada año atrae a 150 mil pacientes, en su mayoría de Estados Unidos.”⁸⁸

Uno de los objetivos del país al promocionar el turismo de salud es poder brindar servicios de calidad y atracción de inversión extranjera directa, la cual incide positivamente en la economía del país y por ende en el desarrollo social de los

⁸⁸ Hurtado, P. (2008). “**Queremos captar turismo de salud a mayor escala**”. El Periódico, Guatemala. Versión electrónica. Consultado el 23 de Enero de 2011.

guatemaltecos, al generarse mayores tasas de empleo, de capital para inversión, intercambio de tecnologías, etc.

Según una reciente publicación en la revista Expogays Magazine El ingreso de turistas que buscan tratamientos médicos en Guatemala aumentó un 25% en 2010. La Asociación Guatemalteca de Exportadores (AGEXPORT) puso de manifiesto que la contratación de servicios de salud por parte de los turistas generó un ingreso de 4.6 millones de dólares en el año 2010. AGEXPORT indicó que la mayoría de visitantes provino de Estados Unidos, México, Belice, Centroamérica y Europa.⁸⁹

Tal como se muestra en la gráfica No. 9, la mayor cantidad de visitantes al país proviene de Estados Unidos y Canadá, seguido por el Salvador y demás países centroamericanos.

Los requisitos para ingresar al país varía dependiendo de la nacionalidad de los turistas. Para turistas provenientes de Estados Unidos, Canadá, México y Europa no es necesaria la visa, únicamente contar con pasaporte vigente. Los ciudadanos centroamericanos pueden ingresar al país con su documento de identificación.

Cuadro N° 5

Requisitos para ingresar a Guatemala

	Visa	Pasaporte Vigente	Documento de Identificación
Estados Unidos	NO	SI	NO
Canadá	NO	SI	NO
México	NO	SI	NO
Europa	NO	SI	NO
Centroamericanos	NO	NO	SI

Fuente: Datos proporcionados por el Ministerio de Relaciones Exteriores de Guatemala.

⁸⁹ Expogays Magazine. (2012, Enero). Guatemala despunta en el Turismo de Bienestar y Salud. Consultado el 25 de Marzo de 2012 de www.expogaysmagazine.com/_n2252268__Guatemala_despunta_en_el_Turismo_de_Bienestar_y_Salud.html

Figura N° 9

**TURISTAS INGRESADOS AL PAÍS SEGÚN NACIONALIDAD
PERÍODO 2005-2010
NÚMERO DE TURISTAS**

PAÍS	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Estados Unidos y Canadá	311,689	370,740	409,771	423,000	499,357	517,830
México	72,910	79,731	86,466	92,905	105,456	127,691
El Salvador	497,430	582,676	617,798	647,568	507,802	485,888
Otros Centroamericanos	210,947	231,874	266,495	288,036	384,894	447,929
América del Sur y Antillas	55,342	60,188	63,132	66,031	66,425	65,416
Europa	133,657	141,537	145,188	156,978	173,057	179,824
Otros Países	33,671	35,323	38,702	40,908	39,877	51,199
TOTAL	1,315,646	1,502,069	1,627,552	1,715,426	1,776,868	1,875,777

Fuente: Instituto Guatemalteco de Turismo.

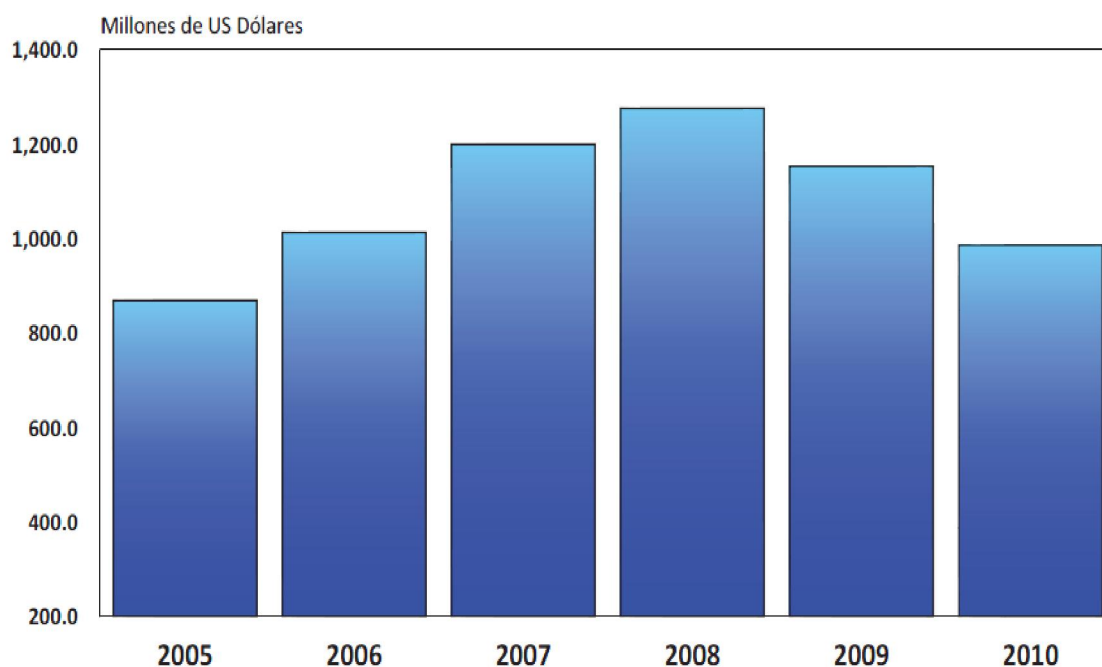
De acuerdo con datos del Instituto Guatemalteco de Turismo, en 2010 el país recibió más de 1 millón 800 mil turistas, provenientes de diferentes lugares del mundo, (ver gráfica No. 10). Todos estos con diferentes intereses, incluyendo turistas con fines de salud interesados en realizarse tratamientos médicos y cirugías estéticas. De los turistas ingresados al país, por turismo con fines de salud se estima que “el país recibió más de 1 mil 500 turistas interesados en realizarse tratamientos médicos, tal es el caso de procedimientos dentales, cirugías plásticas, tratamientos anti edad, etc.”⁹⁰

Noticias de Guatemala. Sitio web. www.noticias.com.gt. “Aumenta turismo de salud durante el 2010” consultado el 25 de Marzo de 2012.

Gráfica N° 10

Ingreso de Divisas por Turismo

Período 2005-2010



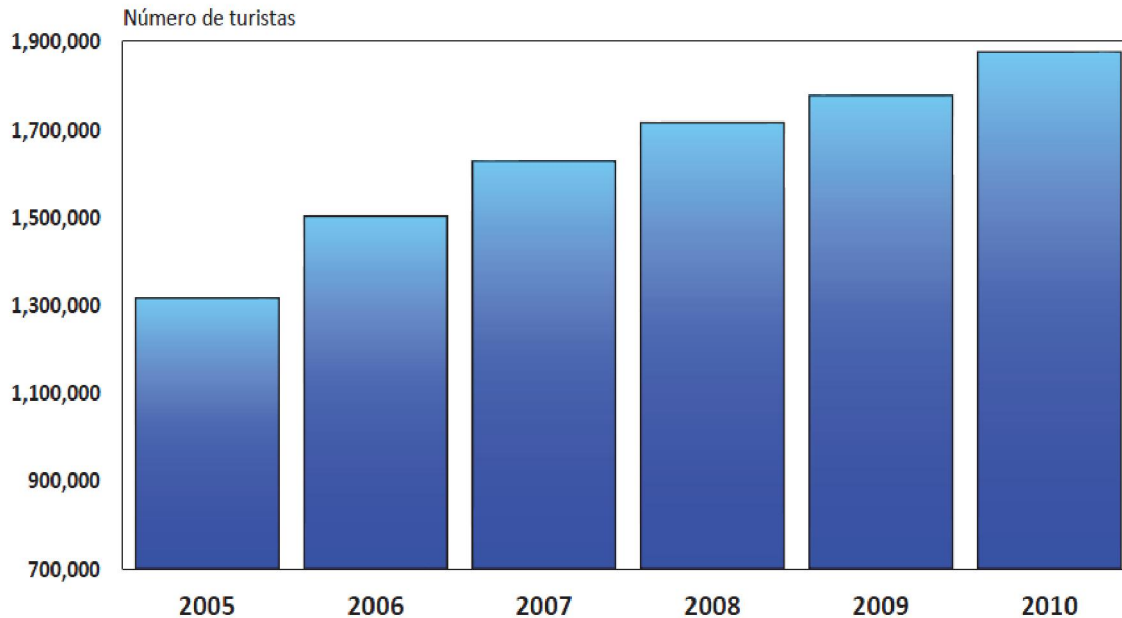
Fuente: Banco de Guatemala.

En los últimos años el turismo de salud se ha desarrollado a gran escala a nivel mundial. Esto causa gran inquietud para un país como el nuestro ya que representa grandes ingresos económicos, siendo el turismo como tal uno de los sectores que más divisas ingresa al país. En el año 2010 el país registró \$985,618 millones de US\$ como divisas por turismo.⁹¹

⁹¹ Fuente: Instituto Guatemalteco de Turismo INGUAT. Ver anexo 4.

Gráfica N° 11

Total de Turistas Ingresados al País Período 2005-2010



Fuente: Instituto Guatemalteco de Turismo.

Tal como se muestra en la gráfica anterior (No. 11), si bien es cierto el número de turistas con diferentes fines a aumentado, el total de divisas ingresadas al país por medio de turismo a disminuido de algún modo. “Según datos del Banco de Guatemala (Banguat), el ingreso de divisas por turismo y viajes de enero a junio de 2010 suman US\$549.7 millones, mientras que en el mismo período de tiempo de 2009 se alcanzó la cantidad de US\$572.5 millones.”⁹² Como se puede observar en la gráfica el ingreso de divisas por turismo durante el primer semestre de 2010 es menor a los reportados durante 2008 y 2009.

⁹² Sanchinelli, L. (2010). “**Turismo no levanta vuelo en primeros meses del 2010**”. El Periódico, Guatemala. Versión electrónica. Consultado el 20 de Noviembre de 2011.

Esto se debe principalmente a la crisis económica mundial, a los fenómenos naturales, tal como el paso de la tormenta Agatha y la erupción del volcán Pacaya que obligó al cierre del Aeropuerto Internacional La Aurora. Pese a estos acontecimientos el turismo se recupera y sigue siendo uno de los sectores con más expansiva de crecimiento.

Cabe mencionar nuevamente que los datos expuestos en las gráficas anteriores hacen referencia al turismo en general ya que aún no se cuenta con datos estadísticos proporcionados por el Banco de Guatemala respecto al turismo de salud. Sin embargo ya se cuenta con iniciativas y propuestas para poder medir de forma más real el ingreso de divisas que dejan los pacientes internacionales.

Lógicamente la presencia de turistas y de mayor cantidad de divisas ofrece unas perspectivas mucho más positivas para los hoteleros, y también para el sector turístico de Guatemala en general, en especial si esta situación se prolonga en el tiempo a lo largo de este año 2012. “Estos primeros meses están siendo prometedores para el turismo en Guatemala gracias a la notable presencia de turistas de Norteamérica y el aumento del ingreso de divisas al país en estos primeros meses tan positivos para Guatemala.”⁹³

Sin duda alguna la promoción internacional para el turismo de salud es vital para el incremento de pacientes provenientes de distintas partes del mundo. Guatemala tiene un gran potencial el cual se puede aprovechar para lograr mejorar la economía a través de la captación de divisas internacionales.

⁹³ Guatemala por Descubrir. Sitio web. www.guatemala.pordescubrir.com. Consultado el 29 de Abril de 2012.

CONCLUSIONES.

A través de la investigación realizada acerca del turismo de salud y su potencial como actividad económica para la captación de divisas, se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

El turismo de salud tiene un impacto en cascada en la economía representando ingresos para diversos sectores como pueden ser: agencias de viajes, hoteles, restaurantes, balnearios, etc. Por lo que se considera un sector con fuerte impacto para las economías.

La actividad del turismo de salud es un fenómeno que se enmarca en la globalización y la internacionalización de los servicios. Es una actividad beneficiosa para países con economías poco desarrolladas como Guatemala debido a que el país puede producir este tipo de servicios con una ventaja comparativa, haciéndolo atractivo en el mercado para los países que les es más rentable adquirir estos servicios a un menor costo que producirlos por sí mismos.

La calidad, tanto en instalaciones como en servicios en los hospitales y clínicas privadas en Guatemala, es un factor muy importante para la atracción de turismo de salud. La garantía y el respaldo que brinda la certificación de procedimientos médicos representan una ventaja competitiva que puede incentivar el flujo de turistas al país.

Guatemala cuenta con grandes oportunidades que puede aprovechar para desarrollar el turismo de salud, entre las que se encuentran: la alta calidad y amplia gama de servicios médicos que se ofrecen; médicos capacitados, en muchos casos bilingües y con especializaciones en el exterior; posición geográfica estratégica, clima favorable todo el año; la biodiversidad y los atractivos turísticos.

La promoción internacional para el turismo de salud es vital para el incremento de pacientes provenientes de distintas partes del mundo. La Comisión de Turismo de Salud y Bienestar de Agexport realiza una labor importante en la promoción a través

de la participación y organización de ferias internacionales, misiones comerciales, citas de negocios, y a través de internet por medio de páginas web. Esto con el objetivo de atraer más afluencia de turistas con fines de salud.

RECOMENDACIONES.

La Organización Mundial del Turismo como ente rector del mismo debe promover la recopilación de datos a nivel nacional acerca del turismo de salud, ya que aunque se sabe que es un fenómeno de fuerte crecimiento los datos estadísticos que se manejan son muy limitados por lo que se recomienda la aplicación de un método para recopilar estos datos de forma más exacta. En Guatemala por ejemplo existe la iniciativa de agregar al formulario de ingreso en el Aeropuerto la Aurora una casilla que indique el motivo por el que el turista viaja. Esto ayudaría a tener un mejor control de los datos provenientes de los segmentos de turismo.

Por otro lado, debido a que se hace sumamente necesario que las empresas del sector aumenten su competitividad para ofrecer de esta manera una mejor calidad y colocar mejor sus servicios en el mercado, se propone la introducción de elementos en los servicios que los diferencien del resto de la competencia y los haga más atractivos y mejores para el consumidor.

Para promover a Guatemala como un destino líder para el turismo de salud se recomienda hacer énfasis en los siguientes elementos:

a) Promoción en el exterior a través de:

- campañas de publicidad y de relaciones públicas;
- publicaciones y material informativo, estas publicaciones se pueden hacer en revistas como la de la asociación de turismo médico que tiene una distribución a nivel mundial.
- programación, ejecución y contribución económica para la participación guatemalteca en ferias y exposiciones de carácter turístico;
- elaboración de planes y programas de promoción turística con participación de representantes empresariales y apoyo económico a entidades y empresas para la promoción y apertura de mercados turísticos en el exterior.

b) Mejor conocimiento del hecho turístico, esto a través de la enseñanza, la investigación y la difusión de la información en el territorio nacional con el objetivo de contar con una población consiente de la importancia del turismo.

c) Apoyo a las iniciativas que mejoren la información destinada a los turistas, así como su protección y seguridad física.

d) Fomentar las relaciones internacionales entre Guatemala y los distintos Organismos Internacionales así como con otros países basados en acuerdos de cooperación en materia de turismo.

Basados en estos instrumentos se puede hacer un esfuerzo para impulsar la actividad turística en el país y consolidar su posición en el ámbito internacional, en este caso en concreto a favor del Turismo de Salud.

La calidad, tanto en instalaciones como en servicios, es hoy en día un factor que afecta al turismo en general. El alcanzar mayores estándares de calidad en los servicios, modernizar y diversificar la oferta tradicional y crear nuevos productos turísticos debe ser el objetivo final a nivel país para lograr captar un mayor número de divisas a través de esta actividad económica.

GLOSARIO.

Calidad – es la medida con la que un bien o servicio cumple con ciertas normas, así como con las exigencias de los usuarios en cuanto a funcionalidad y costo.

Canopy - Es un nuevo deporte de, consiste en deslizarse por un cable colgado de un arnés y atravesar un bosque por lo general.⁹⁴

Clúster – Son aglomerados competitivos de industrias relacionadas por características comunes y complementarias. La característica fundamental es que estas industrias se encuentran relativamente concentradas en áreas geográficas particulares, ya sea ciudades como países.⁹⁵

Clúster de Turismo de Salud y Bienestar – Es el conjunto de empresas y organizaciones dedicadas a la actividad del turismo de salud.

Divisas - Las divisas son la moneda internacional que normalmente se utiliza para las transacciones internacionales.

Indumentaria - Esto es la vestimenta que compran muchos turistas, en la mayoría de los casos se puede afirmar que son prendas de vestir típicas de tejidos multicolores.

Industria – El concepto de industria hace referencia al grupo de operaciones que se desarrollan para obtener, transformar o transportar productos naturales. El término también se aprovecha para nombrar la instalación que se reserva a esta clase de operaciones y al conjunto de las fábricas de un mismo género o de una misma región.⁹⁶

Quiromasajes - Conjunto de técnicas dirigidas a mitigar los dolores musculares, ya sea de tipo tensional, de bloqueo energético o de falta de tono.⁹⁷

Fangoterapia - Técnica milenaria que usa las propiedades curativas de elementos como el agua y la tierra como complemento de salud y belleza.⁹⁸

⁹⁴ Consultado el 8 de abril de 2012 de http://www.politur.com/info/publish/cat_index_93.html, 08/04/2012.

⁹⁵ Sánchez, Gisela (2006). **El Potencial Competitivo de Guatemala**. Programa Nacional de Competitividad. Consultado el 10 de Septiembre de 2012 de <http://www.centrase.org/2007/biblioteca/El%20Potencial%20Competitivo%20de%20Guatemala.pdf>

⁹⁶ Consultado el 25 de Septiembre de <http://definicion.de/industria/>

⁹⁷ Consultado el 16 de Abril de www.enbuenasmanos.com/articulos/muestra.asp?art=26

⁹⁸ Consultado el 15 de Abril de www.enbuenasmanos.com/articulos/muestra.asp?art=1570

Radioterapia - La Radioterapia es una forma de tratamiento basado en el empleo de radiaciones ionizantes (rayos X o radioactividad, la que incluye los rayos gamma y las partículas alfa).⁹⁹

Rafting - Es una actividad deportiva en la cual un grupo de personas a bordo de una embarcación o balsa “neumática” son llevadas por la corriente de un río de aguas bravas.¹⁰⁰

Trueque – Acción de entregar una cosa y recibir otra a cambio, especialmente cuando se trata de un intercambio de productos sin que intervenga el dinero: el trueque es la forma más primitiva de comercio.¹⁰¹

⁹⁹ Consultado el 14 de Abril de www.wikipedia.org

¹⁰⁰ Consultado el 8 de abril de 2012 de <http://www.deportesextremos.net/piraguismo/definicion-de-rafting.php>

¹⁰¹ Consultado el 25 de septiembre de 2012 de <http://es.thefreedictionary.com/trueque>

BIBLIOGRAFIA

Libros:

- Agosin, Manuel R, Machado, Roberto y Nazal Paulina. (2004). ***Pequeñas economías, grandes desafíos: políticas económicas para el desarrollo en Centroamérica***. Buenos Aires, Argentina: Verlap S.A. Producciones Gráficas.
- Bajo Rubio, Oscar. (1991). ***Teorías del Comercio Internacional***. Barcelona, España: Antonio Bosch Editor, S.A.
- Calderón, Fernando. (2003). ***¿Es Sostenible la Globalización en América Latina? Debates con Manuel Castells***. España: Fondo de Cultura Española.
- Chacholiades, Miltiades. (1992). ***Economía Internacional***. México, DF: McGraw-Hill Interamericana, S.A.
- Chávez Zepeda, Juan José. (2003). ***Cómo se elabora una investigación, Mundicólor***. Guatemala, Guatemala.
- De la Torre, Oscar. (1980). ***El Turismo Fenómeno Social***. México: Fondo de Cultura Económica.
- Hernández Andrade, Jorge Fidel. (2008). ***Economía Internacional***. Guatemala, Guatemala: Editorial e Imprenta Servicios Profesionales.
- López, Andrés, Ramos, Daniela y Torre, Iván. (2009). ***Las Exportaciones de Servicios de América Latina y su integración en las cadenas globales de valor***. Santiago, Chile: Publicación de las Naciones Unidas.
- Mochón, Francisco. (2008). ***Economía y Turismo***. España, Madrid: McGraw-Hill/Interamericana.
- Navarro, Vicenc. (2000). ***Neoliberalismo y Estado de Bienestar***. España: Editorial Ariel, S.A.
- Quesada Castro, Renato. (2000). ***Elementos del Turismo***. San José, Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Robinson, I William. (2007). ***Una Teoría sobre el capitalismo global: Producción, clases y estado en un mundo transnacional***. Bogotá, Colombia: Ediciones desde abajo.

- Rojas Soriano, Raúl. (1998). **Guía para Realizar Investigaciones Sociales**. México: Plaza y Valdés.
- Rosa, Herman. (2008). **Perfiles y Trayectorias del Cambio Económico en Centroamérica: Una mirada desde las fuentes generadoras de divisas**. San Salvador, El Salvador.
- Sauto, Ruth, Boniolo, Paula, Dalle, Pablo, & Elbert, Rodolfo. (2005). **Manual de Metodología**. Buenos Aires, Argentina: CLACSO.
- Taylor, S.J., Bogdan R. (1987). **Introducción a los métodos cualitativos de investigación**. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Tugores, Juan. (2006). **Economía Internacional: globalización e integración económica**. Madrid, España: McGraw-Hill.
- Winter Luther, Luis David. (2009). **El Rol del Gobierno y los Efectos del Contexto Internacional, sobre el Clúster de Turismo de Salud en Guatemala durante 2006-2009**. Guatemala, Guatemala.

Libros consultados de la web:

- Beltrami, M. (2010). **Ocio y Viajes en la historia: antigüedad y medioevo**. Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2010a/646/
- Dieckow, Liliana Maria. (2010). **Turismo: Un abordaje mirco y macro económico**. Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2010b/678/
- Muñoz de Escalona, Francisco. (2007). **El Turismo Explicado con Claridad**. Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2007c/

Documentos Jurídicos:

- Ley Orgánica del Instituto Guatemalteco de Turismo. Según Decreto No. 1701
- Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala, 2004-2014

- Política Nacional de Estado para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022

Consultas electrónicas:

- Bien, Amos. (2006). Una Guía Simple para la Certificación del Turismo Sostenible y el Ecoturismo. Extraído de http://www.responsibletravel.org/resources/documents/reports/Manual_No_1.pdf.
- Dardon, Byron (2010) “Turismo de Salud genera expectativas”. Prensa Libre, versión electrónica. http://www.prensalibre.com/economia/Turismo-salud-genera-expectativas_0_348565150.html
- Expogays Magazine. (2012, Enero). Guatemala despunta en el Turismo de Bienestar y Salud. Extraído de www.expogaysmagazine.com/_n2252268__Guatemala_despunta_en_el_Turismo_de_Bienestar_y_Salud.html
- Helble, Matthias (2010). El movimiento de pacientes a través de las fronteras: desafíos y oportunidades para la salud pública. Extraído de www.who.int/bulletin/volumes/89/1/10-076612/en/index.html
- Hurtado, P. (2008). “Queremos captar turismo de salud a mayor escala”. El Periódico, versión electrónica.
- Leandro, Gabriel. (n.d.). El Mercado Cambiario y el Tipo de Cambio. Extraído de www.auladeeconomia.com.
- OMT. 2005. Barómetros del Turismo Mundial, Volumen 3, No. 2, Junio, Madrid, Organización Mundial del Turismo. Extraído de www.aht.com.ar/observatorio/413_UNWTO_Barom05_Junio_espanol.pdf.
- OMT (1998): Introducción al turismo. OMT. Madrid. España. Extraído de www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf
- Sánchez, Guisela (2006). El Potencial Competitivo de Guatemala. Programa Nacional de Competitividad PRONACOM. Extraído de

www.centrase.org/2007/biblioteca/El%20Potencial%20Competitivo%20de%20Guatemala.pdf.

- SDP noticias.com (2011). “Impulsan sector turismo de salud y bienestar de Guatemala”. Consultado de la world wide web http://sdpnoticias.com/nota/8554/Impulsan_sector_turismo_de_salud_y_bienestar_de_Guatemala
- Sitio oficial de la Organización Mundial del Comercio OMC. www.wto.org
- Sitio oficial de la Organización Mundial del Turismo OMT. www.unwto.org
- Sitio oficial de la Organización Mundial de la Salud OMS. www.who.int
- Sitio oficial de Asociación Guatemalteca de Exportadores. www.export.com.gt
- Sitio oficial de PRONACOM. www.pronacom.org
- Sitio oficial de la Asociación de Turismo Médico www.medicaltourismassociation.com
- Sitio oficial RENOVA. www.renova.com
- Sitio oficial de Hope International. www.radiotherapy.com
- Sitio oficial Diario de Centro América. www.dca.gob.gt
- Sitio oficial de la Joint Commission International. www.es.jointcommissioninternational.org
- Sitio web. www.deguate.com
- Sitio web. www.deportesextremos.net/piraguismo/definicion-de-rafting.php
- Sitio web. www.politur.com/info/publish/cat_index_93.html
- Sitio web. www.enbuenasmanos.com/articulos/muestra.asp?art=1570
- Turismo en Salud. Sitio web. www.turismosalud.wordpress.com
- Quiñonez, Edgar (2011) “Turismo de salud y bienestar se consolida en Guatemala”. Consultado de la world wide web http://www.deguate.com/artman/publish/ecofin_noticias/turismo-de-salud-y-bienestar-se-consolida-en-guatemala.shtml

ANEXOS

ANEXO 1



PLAN ESTRATEGICO / COMISIÓN DE TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR DE AGEXPORT

ANEXO 2



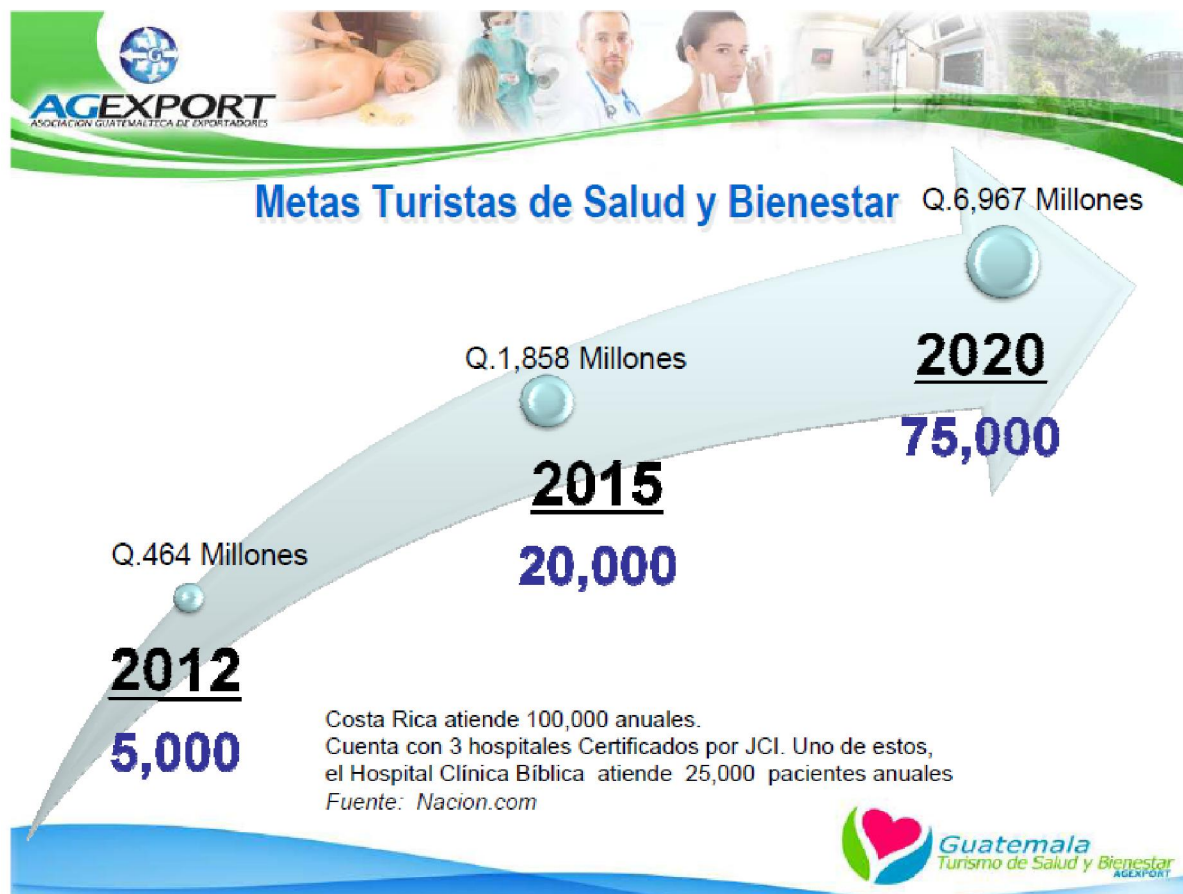
Impacto en la economía: Un Turista de Salud y Bienestar (estadía 10 días)

♥ Transporte Local (2 salidas x día)	Q.400,000
♥ Impuestos de Salida	Q. 27,000
♥ Guía privada (Q.800 diarios)	Q.800,000
♥ Hospedaje (10 x US\$120)	Q.984,000
♥ Impuesto de Turismo (10% s/hospedaje)	Q. 98,400
♥ Alimentación (US\$ 50 x 2 pers)	Q.820,000
♥ Excursiones (2 exc. Atitlán y Antigua. US\$ 450 x p.)	Q.738,000
♥ Compra de artesanías (US\$ 200 por persona)	Q.328,000
♥ Tratamiento Médico (promedio US\$ 5,000)	Q.4,100,000
Subtotal.....	Q.8,295,400
♥ IVA (12%)	Q. 995,448
TOTAL 100 TURISTAS.....	Q.9,290,848
TOTAL 500 TURISTAS.....	Q.46,454,240



PLAN ESTRATEGICO / COMISIÓN DE TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR DE AGEXPORT

ANEXO 3



PLAN ESTRATEGICO / COMISIÓN DE TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR DE AGEXPORT

ANEXO 4



BOLETIN ESTADISTICO

79 MOVIMIENTO DE TURISMO Y VIAJES

A FIN DEL PERIODO	TURISMO RECEPTIVO								TURISMO EMISOR		
	TURISTAS INGRESADOS AL PAÍS SEGÚN NACIONALIDAD ^{1/}								INGRESO DE DIVISAS POR TURISMO Miles de US \$ 2/	NUMERO DE GUATEMALTECOS EGRESADOS DEL PAÍS ^{1/}	EGRESO DE DIVISAS POR TURISMO Miles de US \$ 2/
	ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ	MEXICO	EL SALVADOR	OTROS CENTROAMERICANOS	SUDAMÉRICA Y ANTILLAS ^{3/}	EUROPA	OTROS PAÍSES	TOTAL			
2008	423,000	92,905	647,568	243,779	110,288	196,978	40,908	1,715,426	1,275,575.9	1,277,033	891,667.8
2009	499,357	105,456	507,802	335,648	115,671	173,057	39,877	1,776,868	1,152,936.5	1,325,796	799,428.6
2010	517,830	127,691	485,888	390,672	122,673	179,824	51,199	1,875,777	985,618.9	1,135,946	697,707.7
2011	471,935	132,661	542,316	339,411	113,107	173,074	50,159	1,822,663	937,249.9	1,079,775	669,512.1
2012	120,505	36,025	141,460	97,001	28,105	51,178	12,466	486,740	365,816	213,617	211,600.0
2008											
ENERO-MARZO	120,039	23,728	175,448	56,852	28,099	43,756	10,225	458,147	314,519.3	301,598	202,276.0
ABRIL-JUNIO	99,701	22,326	123,120	56,605	28,395	31,742	9,206	371,095	302,094.9	368,421	225,776.0
JULIO-SEPTIEMBRE	95,253	24,123	197,902	68,058	28,391	41,240	11,705	466,673	313,117.3	288,973	226,922.3
OCTUBRE-DICIEMBRE	108,007	22,728	151,098	62,264	25,403	40,240	9,771	419,511	345,844.4	318,041	236,693.5
2009											
ENERO-MARZO	145,294	22,241	142,959	67,457	28,370	57,996	10,768	476,095	323,125.8	324,285	207,978.9
ABRIL-JUNIO	112,887	21,703	75,142	54,453	26,487	30,008	8,570	329,250	249,457.1	336,637	165,828.6
JULIO-SEPTIEMBRE	110,880	32,785	155,931	93,429	33,822	44,237	10,712	481,796	267,413.4	338,157	188,488.0
OCTUBRE-DICIEMBRE	129,296	28,727	133,770	120,299	26,992	40,816	9,827	489,727	312,940.2	326,717	237,133.1
2010											
ENERO-MARZO	161,365	33,293	106,410	116,847	32,168	53,452	12,102	515,637	311,667.4	214,276	210,388.9
ABRIL-JUNIO	113,355	28,215	96,004	80,692	28,448	34,616	10,292	391,622	238,056.2	257,779	156,541.0
JULIO-SEPTIEMBRE	117,131	35,883	155,672	96,335	34,602	48,696	15,524	503,843	194,811.0	338,120	133,920.2
OCTUBRE-DICIEMBRE	125,979	30,300	127,802	96,798	27,455	43,060	13,281	464,675	241,084.3	325,771	196,857.6
2011											
ENERO-MARZO	127,811	33,271	125,573	90,559	29,281	50,064	12,745	469,304	301,234.8	214,339	201,333.8
ABRIL-JUNIO	124,021	25,386	115,663	72,169	23,862	32,633	12,019	405,753	259,155.1	243,548	182,203.2
JULIO-SEPTIEMBRE	107,758	39,394	169,402	92,827	33,126	46,445	11,739	500,691	171,633.2	297,467	116,536.3
OCTUBRE-DICIEMBRE	112,345	34,610	131,678	83,856	26,638	43,932	13,656	446,915	205,226.8	324,421	169,438.8
2012											
ENERO-MARZO	120,505	36,025	141,460	97,001	28,105	51,178	12,466	486,740	365,816.1	213,617	211,600.0

FUENTE: 1/ Instituto Guatemalteco de Turismo INGUAT (Registro de Turistas)

2/ Departamento de Estadísticas Económicas, Banco de Guatemala (Ingreso y Egreso de Divisas)

3/ Incluye Belice y Panamá

ANEXO 5

Price List

In the last column below you'll see for each operation how many days/nights you stay at the hospital/clinic after the actual surgery:

Types of Surgery	Surgery Clinic	Hospital Las Americas / Pilar	Days in clinic/hospital
Eyelid surgery (both upper + lower eyelids)	\$2,000.00		1 day and/or 1 night
Nose surgery	\$2,000.00		1 day and/or 1 night
Forehead lift	\$1,575.00		1 day and/or 1 night
Facelift cheeks	\$2,000.00		1 day + 1 night
Crow's feet	\$1,450.00		1 day and/or 1 night
Neck lift	\$1,650.00		1 day and/or 1 night
Liposuction per area	\$1,000.00		1 day and/or 1 night
Breast augmentation inclusive implants(*)	\$2,880.00		1 day and/or 1 night
Breast reduction	\$2,500.00		1 day and/or 1 night
Calf implants inclusive implants(*)	\$2,500.00		1 day and/or 1 night
Butt augmentation w/fat	\$3,400.00		1 day
Tummy Tuck		\$5,600.00	4 days (**)

DATOS DE LA ASOCIACIÓN DE TURISMO MÉDICO.
www.medicaltourismassociation.com

ANEXO 6

Cost of Plastic Surgery in the U.S.

Arm Lift (Brachioplasty)	\$5000-6500
Blue Peel	\$500-700
Botox	\$200-400 per area
Breast Augmentation (saline)	\$5000-6500
Breast Augmentation(silicone)	\$6000-8000
Breast Lift	\$5000-6000
Chin or Cheek Implants	\$3000-4500
Collagen Injection	\$500-1500
Deep Chemical Peel	\$3500-5000
Dermabrasion	\$2000-4000
Eyelid Tuck (upper & lower)	\$4000-5500
Face Lift	\$7000-9000
Forehead Lift (Brow Lift)	\$3500-5000
Hair Removal (Laser)	\$300-800
Labiaplasty	\$2500-4000
Laser (Erbium)	\$2500-4000
Laser (CO2)	\$4000-5000
Lip Augmentation	\$600-2000
Liposuction (1 area)	\$2500-4500
Liposuction (3 areas)	\$5500-7000
Liposuction (5 areas)	\$8000-10,000
Medium Peel	\$1500-2500
Micro Peel	\$60-100
Nose Surgery	\$5000-6000
Pectoral Implants	\$6000-7000
Permanent Eyeliner	\$300-1000
Permanent Lip Liner	\$300-1000
Spider Vein Rx (Laser)	\$400-1000
Spider Vein Rx (Sclero)	\$200-500
Tattoo Removal (Laser)	\$300-800
Tummy Tuck	\$6000-8000

The prices listed above do not reflect Loftus Plastic Surgery Center of those fees, visit [Cost at Loftus Plastic Surgery Center](#).

DATOS DEL CENTRO DE SALUD DE CIRUGÍAS PLÁSTICAS DE ESTADOS UNIDOS.

www.infoplasticsurgery.com

ANEXO 7

EL SALVADOR

1. Arrivals of non-resident tourists at national borders, by nationality

	2006	2007	2008	2009	2010	Market share 10	% Change 10-09
TOTAL	1,278,927	1,338,543	1,384,773	1,090,926	1,149,562	100.00	5.37
AFRICA	753	569	172	91	172	0.01	89.01
Southern Africa	144	294	46	11	156	0.01	1318.18
South Africa	144	294	46	11	156	0.01	1318.18
Other Africa	609	275	126	80	16	0.00	-80.00
Other countries of Africa	609	275	126	80	16	0.00	-80.00
AMERICAS	1,239,978	1,285,051	1,342,824	1,066,917	1,122,757	97.67	5.23
Caribbean	2,480	4,804	3,249	2,452	2,602	0.23	6.12
Cuba	466	642	519	596	861	0.07	44.46
Dominican Republic	1,235	2,285	2,009	1,321	1,292	0.11	-2.20
Haiti	42	109	120	95	95	0.01	0.00
Jamaica	169	398	198	162	119	0.01	-26.54
Trinidad and Tobago	163	384	222	66	156	0.01	136.36
Other countries of the Caribbean	405	986	181	212	79	0.01	-62.74
Central America	939,815	852,660	889,531	673,324	739,843	64.36	9.88
Belize	2,537	2,770	2,342	1,611	2,508	0.22	55.68
Costa Rica	33,198	44,782	27,668	17,714	18,443	1.60	4.12
Guatemala	519,670	488,453	537,578	462,944	518,957	45.14	12.10
Honduras	253,586	189,453	213,075	138,104	145,868	12.69	5.62
Nicaragua	120,871	113,883	96,956	42,844	43,488	3.78	1.50
Panama	9,953	13,319	11,912	10,107	10,579	0.92	4.67
North America	272,017	386,543	422,907	371,280	356,608	31.02	-3.95
Canada	21,186	33,827	32,050	26,333	20,432	1.78	-22.41
Mexico	23,255	32,418	28,999	17,633	17,607	1.53	-0.15
United States of America	227,576	320,298	361,858	327,314	318,569	27.71	-2.67
South America	25,666	41,044	27,137	19,861	23,704	2.06	19.35
Argentina	4,448	5,807	4,291	2,673	2,501	0.22	-6.43
Bolivia	582	798	607	409	401	0.03	-1.96
Brazil	3,202	5,849	4,337	3,613	4,180	0.36	15.69
Chile	2,542	3,766	2,872	1,511	2,090	0.18	38.32
Colombia	5,876	9,103	6,661	5,957	7,698	0.67	29.23
Ecuador	1,584	1,858	1,503	1,016	1,108	0.10	9.06
Paraguay	202	380	229	243	322	0.03	32.51
Peru	3,782	7,731	3,292	1,914	2,269	0.20	18.55
Uruguay	652	964	838	69	1,183	0.10	1614.49
Venezuela	2,662	4,432	2,497	501	1,871	0.16	273.45
Other countries of South America	134	356	10	1,955	81	0.01	-95.86
EAST ASIA AND THE PACIFIC	9,677	11,699	8,556	5,068	6,750	0.59	33.19
North-East Asia	5,634	7,140	4,676	1,845	4,011	0.35	117.40
China	621	338	1,714	704	2,276	0.20	223.30
Taiwan, Province of China	1,409	1,605	309				
Japan	2,170	3,615	1,882	863	839	0.07	-2.78
Korea, Republic of	1,434	1,582	771	278	896	0.08	222.30
Australasia	2,084	2,911	1,707	1,803	1,784	0.16	-1.05
Australia	1,921	2,728	1,584	1,706	1,745	0.15	2.29
New Zealand	163	183	123	97	39	0.00	-59.79
Other East Asia and the Pacific	1,959	1,648	2,173	1,420	955	0.08	-32.75
Other countries of Asia	1,817	1,600	2,150	1,323	916	0.08	-30.76
Other countries of Oceania	142	48	23	97	39	0.00	-59.79
EUROPE	28,503	41,190	33,198	18,842	19,879	1.73	5.50
Central/Eastern Europe	351	798	3,566	900	1,004	0.09	11.56
Czech Republic/Slovakia	128	555	2,994	677	877	0.08	29.54
Poland	223	243	572	223	127	0.01	-43.05
Northern Europe	5,581	7,554	6,215	3,145	2,238	0.19	-28.84

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO

ANEXO 8

COSTA RICA

1. Arrivals of non-resident tourists at national borders, by nationality

	2006	2007	2008	2009	2010	Market share 10	% Change 10-09
TOTAL	1,725,261	1,979,789	2,089,174	1,922,579	2,099,829	100.00	9.22
AFRICA	1,204	1,621	1,852	1,631	1,823	0.09	11.77
Other Africa	1,204	1,621	1,852	1,631	1,823	0.09	11.77
All countries of Africa	1,204	1,621	1,852	1,631	1,823	0.09	11.77
AMERICAS	1,456,947	1,670,551	1,754,547	1,634,866	1,781,572	84.84	8.97
Caribbean	11,935	15,129	15,289	16,184	14,579	0.69	-9.92
Cuba	4,398	5,224	5,888	7,043	5,882	0.28	-16.48
Dominican Republic	3,749	5,615	6,077	5,836	5,094	0.24	-12.71
Jamaica	1,032	937	616	725	752	0.04	3.72
Puerto Rico	664	647	83	47	95	0.00	102.13
Trinidad and Tobago	745	878	772	846	972	0.05	14.89
Other countries of the Caribbean	1,347	1,828	1,853	1,687	1,784	0.08	5.75
Central America	478,147	592,840	648,586	588,739	642,517	30.60	9.13
Belize	826	901	928	975	843	0.04	-13.54
El Salvador	46,414	48,976	46,837	44,185	53,669	2.56	21.46
Guatemala	41,057	43,864	40,840	40,340	48,682	2.32	20.68
Honduras	32,550	35,673	31,714	31,324	34,043	1.62	8.68
Nicaragua	281,086	379,222	455,412	413,713	427,362	20.35	3.30
Panama	76,214	84,204	72,855	58,202	77,918	3.71	33.88
North America	875,959	953,812	976,561	920,371	1,005,309	47.88	9.23
Canada	88,304	102,061	109,854	102,471	119,654	5.70	16.77
Mexico	56,419	61,436	59,545	47,771	54,662	2.60	14.43
United States of America	731,236	790,315	807,162	770,129	830,993	39.57	7.90
South America	90,906	108,770	114,111	109,572	119,167	5.68	8.76
Argentina	16,805	18,505	19,522	18,987	20,080	0.96	5.76
Bolivia	2,461	2,634	2,641	1,788	2,025	0.10	13.26
Brazil	9,730	10,726	12,340	11,617	13,121	0.62	12.95
Chile	7,864	9,397	9,350	7,682	8,504	0.40	10.70
Colombia	27,706	31,299	33,644	32,014	32,999	1.57	3.08
Ecuador	4,446	5,039	4,883	4,431	5,039	0.24	13.72
Paraguay	402	516	636	657	786	0.04	19.63
Peru	5,900	7,987	7,692	8,167	9,122	0.43	11.69
Uruguay	1,991	2,311	2,997	3,091	2,905	0.14	-6.02
Venezuela	13,601	20,356	20,506	21,138	24,586	1.17	16.31
EAST ASIA AND THE PACIFIC	23,425	25,730	28,197	26,900	29,479	1.40	9.59
North-East Asia	13,040	13,400	13,730	13,256	14,411	0.69	8.71
China	1,545	2,157	2,992	3,346	3,589	0.17	7.26
Taiwan, Province of China	3,314	2,839	2,673	2,440	2,560	0.12	4.92
Japan	5,478	5,438	5,368	4,746	5,026	0.24	5.90
Korea, Republic of	2,703	2,966	2,697	2,724	3,236	0.15	18.80
Australasia	6,627	7,411	8,627	7,995	8,597	0.41	7.53
Australia, New Zealand	6,627	7,411	8,627	7,995	8,597	0.41	7.53
Other East Asia and the Pacific	3,758	4,919	5,840	5,649	6,471	0.31	14.55
Other countries of Asia	3,758	4,919	5,840	5,649	6,471	0.31	14.55
EUROPE	243,100	281,515	299,798	259,126	286,923	13.66	10.73
Central/Eastern Europe		6,253	6,727	5,826	6,832	0.33	17.27
Czech Republic		1,565	1,579	1,466	2,184	0.10	48.98
Poland		1,774	2,208	1,926	2,085	0.10	8.26
Russian Federation		2,914	2,940	2,434	2,563	0.12	5.30
Northern Europe	40,879	56,666	63,076	47,640	53,744	2.56	12.81
Denmark	3,316	3,910	4,718	3,823	3,834	0.18	0.29
Finland	1,187	1,329	1,934	1,930	1,930	0.09	0.00
Ireland		2,801	3,367	2,730	2,828	0.13	3.59
Norway	2,583	3,192	4,081	3,336	3,455	0.16	3.57
Sweden	5,903	7,854	8,726	6,939	6,952	0.33	0.19

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO

ANEXO 9

GUATEMALA

2. Arrivals of non-resident visitors at national borders, by nationality

	2006	2007	2008	2009	2010	Market share 10	% Change 10-09
TOTAL (*)	1,502,069	1,627,551	1,715,426	1,776,868	1,875,777	100.00	5.57
AMERICAS	1,325,209	1,443,662	1,517,540	1,563,934	1,644,754	87.68	5.17
Caribbean	6,881	6,062	6,731	7,936	7,733	0.41	-2.56
Cuba	2,657	2,493	2,769	2,398	1,847	0.10	-22.98
Dominican Republic	2,809	2,694	3,021	4,612	4,688	0.25	1.65
Other countries of the Caribbean	1,415	875	941	926	1,198	0.06	29.37
Central America	814,550	884,293	935,604	892,696	933,817	49.78	4.61
Belize	26,340	34,572	31,803	37,191	43,816	2.34	17.81
Costa Rica	35,842	40,436	41,545	46,504	48,088	2.56	3.41
El Salvador	582,676	617,798	647,568	507,802	485,888	25.90	-4.32
Honduras	122,428	138,944	155,063	211,456	258,765	13.80	22.37
Nicaragua	36,478	40,298	47,171	77,688	83,819	4.47	7.89
Panama	10,786	12,245	12,454	12,055	13,441	0.72	11.50
North America	450,471	496,237	515,905	604,813	645,521	34.41	6.73
Canada	32,268	32,206	36,079	47,675	46,774	2.49	-1.89
Mexico	79,731	86,466	92,905	105,456	127,691	6.81	21.08
United States of America	338,472	377,565	386,921	451,682	471,056	25.11	4.29
South America	53,307	57,070	59,300	58,489	57,683	3.08	-1.38
Argentina	9,353	10,358	10,933	10,973	11,519	0.61	4.98
Brazil	8,203	8,883	7,689	7,444	7,640	0.41	2.63
Chile	5,831	6,489	6,532	6,605	6,262	0.33	-5.19
Colombia	14,330	15,170	16,289	16,930	15,710	0.84	-7.21
Ecuador	3,170	2,580	2,634	2,413	2,581	0.14	6.96
Peru	3,952	4,278	4,819	4,095	3,524	0.19	-13.94
Venezuela	5,210	6,028	6,681	6,267	6,759	0.36	7.85
Other countries of South America	3,258	3,284	3,723	3,762	3,688	0.20	-1.97
EAST ASIA AND THE PACIFIC	27,914	30,245	30,480	29,811	39,128	2.09	31.25
North-East Asia	18,569	22,695	21,707	17,898	20,098	1.07	12.29
China	299	433	635	594	809	0.04	36.20
Taiwan, Province of China	1,440	3,415	4,114	2,817	3,382	0.18	20.06
Japan	6,446	6,791	6,521	5,110	7,081	0.38	38.57
Korea, Dem. People's Republic of	82	37	64	16	16	0.00	0.00
Korea, Republic of	10,302	12,019	10,373	9,361	8,810	0.47	-5.89
Australasia	5,645	5,968	7,011	9,567	12,591	0.67	31.61
Australia	4,527	4,833	5,664	7,931	10,520	0.56	32.64
New Zealand	1,118	1,135	1,347	1,636	2,071	0.11	26.59
Other East Asia and the Pacific	3,700	1,582	1,762	2,346	6,439	0.34	174.47
Other countries of Asia	3,669	1,556	1,728	2,124	6,314	0.34	197.27
Other countries of Oceania	31	26	34	222	125	0.01	-43.69
EUROPE	147,227	151,807	165,025	180,381	189,586	10.11	5.10
Central/Eastern Europe	4,191	5,097	6,491	12,223	10,718	0.57	-12.31
Azerbaijan	12	137	1	1	2	0.00	100.00
Armenia	32	16	10	14	9	0.00	-35.71
Bulgaria	221	182	212	234	261	0.01	11.54
Belarus	57	30	17	30	38	0.00	26.67
Czech Republic	868	1,047	1,047	4,475	3,160	0.17	-29.39
Estonia	124	159	255	275	255	0.01	-7.27
Georgia	29	8	138	17	15	0.00	-11.76
Hungary	288	385	483	531	777	0.04	46.33
Kazakhstan	33	11	3	6	17	0.00	183.33
Kyrgyzstan	7	1	1	4	3	0.00	-25.00
Latvia	94	68	158	157			
Lithuania	99	66	152	258	339	0.02	31.40
Republic of Moldova	62	67	60	17	15	0.00	-11.76

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO

ANEXO 10

HONDURAS

1. Arrivals of non-resident tourists at national borders, by nationality

	2006	2007	2008	2009	2010	Market share 10	% Change 10-09
TOTAL (*)	738,667	831,433	899,319	869,805	895,603	100.00	2.97
AFRICA	330	209	232	304	313	0.03	2.96
East Africa	26	22	26	34	35	0.00	2.94
Ethiopia	4	4	5	8	8	0.00	0.00
Kenya	19	14	16	19	20	0.00	5.26
Zimbabwe	3	4	5	7	7	0.00	0.00
Central Africa	19	7	7	10	10	0.00	0.00
Cameroon	11	5	5	6	6	0.00	0.00
Congo	4	1	1	2	2	0.00	0.00
Gabon	4	1	1	2	2	0.00	0.00
North Africa	13	9	9	12	12	0.00	0.00
Algeria	1	1	1	1	1	0.00	0.00
Morocco	11	7	7	9	9	0.00	0.00
Tunisia	1	1	1	2	2	0.00	0.00
Southern Africa	233	139	157	200	206	0.02	3.00
South Africa	233	139	157	200	206	0.02	3.00
West Africa	28	21	21	31	32	0.00	3.23
Ghana	7	1	1	3	3	0.00	0.00
Côte d'Ivoire	1	3	3	4	4	0.00	0.00
Nigeria	17	17	17	24	25	0.00	4.17
Togo	3						
Other Africa	11	11	12	17	18	0.00	5.88
Other countries of Africa	11	11	12	17	18	0.00	5.88
AMERICAS	666,017	785,225	809,665	769,921	792,756	88.52	2.97
Caribbean	6,162	4,031	3,999	5,226	5,381	0.60	2.97
Antigua and Barbuda	2	7	7	8	8	0.00	0.00
Bahamas	79	35	36	46	47	0.01	2.17
Barbados	28	16	14	19	20	0.00	5.26
Bermuda	2	1	1	1	1	0.00	0.00
Cayman Islands	2,672	1,223	1,183	1,545	1,591	0.18	2.98
Cuba	1,294	1,045	1,062	1,382	1,423	0.16	2.97
Dominica	13	11	12	17	18	0.00	5.88
Dominican Republic	1,280	1,020	1,019	1,381	1,422	0.16	2.97
Haiti	261	175	177	221	228	0.03	3.17
Jamaica	292	187	187	251	258	0.03	2.79
Puerto Rico	119	93	90	116	119	0.01	2.59
Saint Vincent and the Grenadines	10	9	9	11	11	0.00	0.00
Trinidad and Tobago	89	51	55	72	74	0.01	2.78
Other countries of the Caribbean	21	158	147	156	161	0.02	3.21
Central America	377,867	448,514	453,076	403,285	415,246	46.36	2.97
Belize	3,170	2,297	2,271	2,033	2,093	0.23	2.95
Costa Rica	23,902	25,031	25,415	22,317	22,979	2.57	2.97
El Salvador	158,198	165,901	167,590	148,225	152,621	17.04	2.97
Guatemala	106,063	126,645	128,559	113,639	117,009	13.06	2.97
Nicaragua	76,874	119,569	120,018	108,962	112,194	12.53	2.97
Panama	9,660	9,071	9,223	8,109	8,350	0.93	2.97
North America	260,861	318,148	338,031	342,385	352,540	39.36	2.97
Canada	12,442	18,184	19,812	20,140	20,737	2.32	2.96
Mexico	20,417	23,412	24,505	24,771	25,506	2.85	2.97
Saint Pierre and Miquelon		5	6	6			
United States of America	228,002	276,547	293,708	297,468	306,297	34.20	2.97
South America	21,127	14,532	14,559	19,025	19,589	2.19	2.96
Argentina	3,809	2,795	2,826	3,691	3,800	0.42	2.95
Bolivia	872	552	546	696	717	0.08	3.02
Brazil	2,229	1,492	1,486	1,959	2,017	0.23	2.96
Chile	2,345	1,813	1,801	2,381	2,452	0.27	2.98

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO

ANEXO 11

NICARAGUA

1. Arrivals of non-resident tourists at national borders, by nationality

	2006	2007	2008	2009	2010	Market share 10	% Change 10-09
TOTAL	749,184	799,996	857,901	931,904	1,011,251	100.00	8.51
AFRICA	643	471	706	563	605	0.06	7.46
East Africa	101	50	99	89	88	0.01	-1.12
Burundi	1	1					
Ethiopia	35	3	11	10	22	0.00	120.00
Djibouti				9	1	0.00	-88.89
Kenya	17	14	22	12	10	0.00	-16.67
Madagascar			2	1	2	0.00	100.00
Malawi	1		3	2	1	0.00	-50.00
Mauritius	2	2	16	8	10	0.00	25.00
Mozambique	9	5	4	5	6	0.00	20.00
Rwanda	2	1	2	2	1	0.00	-50.00
Seychelles				6	7	0.00	16.67
Somalia				3	4	0.00	33.33
Zimbabwe	7	8	13	7	4	0.00	-42.86
Uganda	9	5	8	11	8	0.00	-27.27
United Republic of Tanzania	9	6	14	11	12	0.00	9.09
Zambia	9	5	4	2			
Central Africa	12	25	17	29	22	0.00	-24.14
Angola	3	9	9	7	5	0.00	-28.57
Cameroon	3	4	6	10	7	0.00	-30.00
Central African Republic	3	4		4	7	0.00	75.00
Congo	3	8	2				
Equatorial Guinea				6			
Gabon				2	3	0.00	50.00
North Africa	30	57	35	38	45	0.00	18.42
Algeria	14	21	8	16	13	0.00	-18.75
Morocco	16	32	20	19	23	0.00	21.05
Sudan			1	1	1	0.00	0.00
Tunisia		4	6	2	8	0.00	300.00
Southern Africa	373	229	251	255	282	0.03	10.59
Botswana				2	3	0.00	50.00
Lesotho	1	1			6	0.00	
Namibia				5			
South Africa	372	228	251	244	271	0.03	11.07
Swaziland				4	2	0.00	-50.00
West Africa	26	35	58	74	55	0.01	-25.68
Cape Verde	3			9	8	0.00	-11.11
Benin	1		1				
Gambia	1	1	7		2	0.00	
Ghana	6	7	13	9	14	0.00	55.56
Guinea		4	9	8	1	0.00	-87.50
Côte d'Ivoire				23			
Mali		1	2	2	3	0.00	50.00
Mauritania			1		1	0.00	
Niger				1			
Nigeria	9	17	9	11	18	0.00	63.64
Guinea-Bissau			3		1	0.00	
Senegal	5	4	7	9	4	0.00	-55.56
Sierra Leone	1		1	1	3	0.00	200.00
Togo				1			
Burkina Faso		1	5				
Other Africa	101	75	246	78	113	0.01	44.87
Other countries of Africa	101	75	246	78	113	0.01	44.87
AMERICAS	623,470	671,603	714,212	769,799	846,897	83.75	10.02
Caribbean	2,941	3,739	4,127	5,032	4,530	0.45	-9.98
Antigua and Barbuda	7	7	6	3	4	0.00	33.33

ANEXO 12

PANAMA

2. Arrivals of non-resident visitors at national borders, by country of residence

	2006	2007	2008	2009	2010	Market share 10	% Change 10-09
TOTAL (*)	703,545	948,946	1,136,079	1,054,663	1,162,713	100.00	10.24
AFRICA	477	646	1,071	851	1,000	0.09	17.51
Southern Africa	213	288	340	279	319	0.03	14.34
South Africa	213	288	340	279	319	0.03	14.34
Other Africa	264	358	731	572	681	0.06	19.06
Other countries of Africa	264	358	731	572	681	0.06	19.06
AMERICAS	619,526	835,948	983,844	916,458	1,006,007	86.52	9.77
Caribbean	41,488	56,138	78,389	28,787	30,546	2.63	6.11
Bahamas	651	851	991	393	373	0.03	-5.09
Barbados	492	663	826	421	451	0.04	7.13
Bermuda	96	138	174	194	142	0.01	-26.80
Cuba	3,460	4,538	4,877	5,032	5,025	0.43	-0.14
Dominican Republic	9,049	11,917	19,222	9,649	11,704	1.01	21.30
Haiti	6,008	7,748	11,166	5,759	4,462	0.38	-22.52
Jamaica	6,890	9,636	13,682	3,345	2,763	0.24	-17.40
Curaçao	1,268	1,747	1,976	40	106	0.01	165.00
Puerto Rico	10,585	14,920	20,372	664	1,069	0.09	60.99
Other countries of the Caribbean	2,989	3,980	5,103	3,290	4,451	0.38	35.29
Central America	76,587	103,351	145,418	100,477	114,080	9.81	13.54
Belize	958	1,279	1,454	736	1,070	0.09	45.38
Costa Rica	31,248	42,158	65,438	37,759	39,524	3.40	4.67
El Salvador	11,545	15,567	20,359	15,569	16,547	1.42	6.28
Guatemala	17,361	23,494	27,629	26,064	32,780	2.82	25.77
Honduras	8,143	10,950	14,542	10,383	12,270	1.06	18.17
Nicaragua	7,332	9,903	15,996	9,966	11,889	1.02	19.30
North America	254,993	344,133	368,090	316,945	348,999	30.02	10.11
Canada	29,392	39,097	44,171	37,849	48,029	4.13	26.90
Mexico	34,507	46,787	51,533	44,904	48,132	4.14	7.19
United States of America	191,094	258,249	272,386	234,190	252,837	21.75	7.96
Other countries of North America				2	1	0.00	-50.00
South America	246,458	332,326	391,947	470,249	512,382	44.07	8.96
Argentina	14,230	19,093	23,598	41,989	47,216	4.06	12.45
Bolivia	3,708	5,009	6,647	4,942	6,744	0.58	36.46
Brazil	11,844	15,932	18,603	24,338	31,520	2.71	29.51
Chile	9,985	13,478	15,880	13,035	16,232	1.40	24.53
Colombia	129,418	174,476	213,776	177,224	219,250	18.86	23.71
Ecuador	35,024	47,387	50,129	22,172	30,861	2.65	39.19
Paraguay	1,004	1,358	1,662	821	1,078	0.09	31.30
Peru	15,416	20,761	23,251	11,853	15,431	1.33	30.19
Uruguay	1,999	2,714	2,991	10,556	11,400	0.98	8.00
Venezuela	23,113	31,157	34,403	162,581	131,608	11.32	-19.05
Other countries of South America	717	961	1,007	738	1,042	0.09	41.19
EAST ASIA AND THE PACIFIC	20,041	27,001	33,286	22,550	27,020	2.32	19.82
North-East Asia	5,689	7,651	8,762	4,715	5,485	0.47	16.33
Taiwan, Province of China	1,452	1,962	2,287	1,582	1,497	0.13	-5.37
Japan	4,237	5,689	6,475	3,133	3,988	0.34	27.29
Australasia	1,612	2,185	4,451	2,925	3,243	0.28	10.87
Australia	1,304	1,768	3,471	2,352	2,439	0.21	3.70
New Zealand	308	417	980	573	804	0.07	40.31
Other East Asia and the Pacific	12,740	17,165	20,073	14,910	18,292	1.57	22.68
Other countries of Asia	12,697	17,105	19,980	14,823	18,214	1.57	22.88
Other countries of Oceania	43	60	93	87	78	0.01	-10.34
EUROPE	63,451	85,283	117,812	114,729	128,595	11.06	12.09
Northern Europe	7,064	9,404	12,682	10,818	11,181	0.96	3.36
United Kingdom	7,064	9,404	12,682	10,818	11,181	0.96	3.36

ANEXO 13

- Cuestionario de Entrevista No. 1

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIA POLITICA

LICENCIATURA EN RELACIONES INTERNACIONALES



Esta entrevista está dirigida a especialistas y autoridades del sector privado y público en el tema de la exportación de servicios y el turismo médico en Guatemala.

Nombre:

Cargo que desempeña:

Fecha:

Objetivo: Obtener la opinión de personas conocedoras del tema de exportación de servicios para poder analizar los retos y oportunidades del sector de turismo médico para la atracción de divisas al país.

1. ¿Cual es el impacto en la economía que tiene el Turismo de Salud y Bienestar?

2. Como se registra el total de divisas que ingresan al país por medio de este tipo de turismo?

3.¿Qué políticas o programas de gasto en desarrollo turístico, enfocado específicamente al turismo con fines de salud existen por parte del sector público?

4.¿Cómo funciona el turismo de salud y bienestar en Guatemala?

5.¿Qué ventajas tiene Guatemala para posicionarse como destino líder?

ANEXO 14

- Cuestionario de Entrevista No. 2

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIA POLITICA
LICENCIATURA EN RELACIONES INTERNACIONALES



Esta entrevista está dirigida a especialistas y autoridades del sector público del Instituto Guatemalteco de Turismo en el tema del turismo médico en Guatemala.

Nombre:

Cargo que desempeña:

Fecha:

Objetivo: Obtener la opinión de personas conocedoras del tema del turismo de salud para poder analizar los retos y oportunidades del sector para la atracción de divisas al país.

1. ¿Cómo funciona el programa de Segmentos turísticos?

2. ¿Qué actividades se realizan actualmente para la promoción del turismo de salud en Guatemala por parte de INGUAT?

3. ¿Cómo funciona el turismo de salud y bienestar en Guatemala?

4. Como se registra el total de divisas que ingresan al país por medio de este segmento de turismo?

5. ¿Qué ventajas posee Guatemala para posicionarse como destino líder?