

Factores determinantes de la Competitividad del Turismo de Salud como potenciador...1

**Factores determinantes de la Competitividad del Turismo de Salud como potenciador del
desarrollo económico, empresarial y social en Santander**

Jhon Alexander Gálvez Nieto

Director:

Sergio Andrés Serrano Cabeza

Especialista en Evaluación y Gerencia de Proyectos

Yesid Ramos Pérez

Magister en Desarrollo Empresarial




Universidad de Santander, UDES

Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables

Programa de Administración de Negocios Internacionales

Bucaramanga

2017

	PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES	
	ACTA SUSTENTACIÓN TRABAJO DE GRADO	Fecha: 11/10/2016 Versión: 00

ACTA EVALUACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO

En Bucaramanga, a los trece (13) días del mes de junio del 2017, en cumplimiento de los requisitos exigidos para la culminación del trabajo de grado, se llevó a cabo la evaluación de:

TÍTULO DEL TRABAJO DE GRADO:

Factores determinantes de la competitividad del turismo en salud como potenciador de desarrollo económico empresarial y social en Santander.

PROGRAMA:	Administración de Negocios Internacionales		
CÓDIGO	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO	NOMBRE (S)
12192031	Galvez	Nieto	Jhon Alexander

DIRECTOR TRABAJO DE GRADO:	Sergio Andrés Serrano Cabeza	c.c.91.526.729
CODIRECTOR:	Yesid Ramos Pérez	c.c. 91134789

DOCENTES EVALUADORES:	Martha Eugenia Carreño	c.c 63.139.978
	Oscar Ricardo Picon Acevedo	c.c. 91.285.961


CONCEPTO EVALUADORES: APROBADO

CALIFICACIÓN:

CUATRO PUNTO DOS (4.2)

En constancia firman:


 MARTHA EUGENIA CARREÑO
 Evaluador 1


 OSCAR RICARDO PICON ACEVEDO
 Evaluador 2


 SERGIO ANDRES SERRANO CABEZA
 Director Trabajo de grado


 JHON ALEXANDER GALVEZ NIETO
 Estudiante

Agradecimientos

El autor del presente proyecto, expresa sus más sinceros agradecimientos a:

La Universidad de Santander, UDES, programa de Administración en Negocios Internacionales por la excelente formación brindada, sustento para el éxito profesional y personal.

Nuestros asesores Sergio Andrés Serrano y Yesid Ramos Pérez, por sus valiosas orientaciones.

Todas las personas que de una u otra manera contribuyeron para el éxito del proyecto.

Tabla de Contenido

	pág.
Introducción	9
1. Problema	15
1.1 Descripción del Problema	15
1.2 Formulación del Problema	16
2. Objetivos	17
2.1 Objetivo General	17
2.2 Objetivos Específicos	17
3. Justificación	18
4. Marco Referencial	20
4.2 Marco Teórico	21
4.2.2 Competitividad, Innovación y Posicionamiento	24
4.2.3 El posicionamiento	28
4.3. Marco Conceptual	31
4.4 Marco Legal	¡Error! Marcador no definido.
5. Diseño Metodológico	35
5.1 Tipo de Estudio	35
5.2 Diseño de Investigación	¡Error! Marcador no definido.
6. Diagnóstico de la Competitividad del Turismo de Salud en Santander	37
6.1 Zona Franca de Salud de Bucaramanga	40
7. Políticas sectoriales para fortalecer el Sector Turismo de Salud	47

Factores determinantes de la Competitividad del Turismo de Salud como potenciador...5

8. Impacto económico y social del Turismo de Salud en el desarrollo y competitividad del departamento de Santander	54
8.1 Clúster de Salud en la agenda pública	56
8.2 Ventajas que ofrece Bucaramanga para crear un clúster de Turismo en Salud	57
8.3 Acciones para la creación y consolidación del clúster	59
Conclusiones	63
Referencias Bibliográficas	64

Lista de Tablas

	pág.
Tabla 1. <i>Servicios de Turismo de salud ofrecidos en Santander</i>	39
Tabla 2. <i>Problemas, estrategias y acciones</i>	50

Lista de Figuras

	pág.
<i>Figura 1.</i> Diseño de instalaciones para FOSUNAB.	41
<i>Figura 2.</i> Cadena de valor de clúster	61
<i>Figura 3.</i> Actores del clúster	62

Glosario

DESARROLLO ECONÓMICO: proceso de crecimiento de un país, acompañado de cambios en estructura y mentalidad de las personas.

DIAGNÓSTICO: valoración de fortalezas y debilidades internas de la organización, así como de amenazas y oportunidades externas.

ESTRATEGIAS: acciones que deben realizarse para conseguir y mantener el logro de los objetivos de la organización.

INVERSIÓN: compra o venta de activos financieros para obtener unos beneficios, rendimientos o intereses.

MARKETING: rama de la economía que estudia el mercado y sus variables.

MERCADO: lugar en donde confluyen bienes y servicios para su comercialización.

OBJETIVO: meta o propósito que se debe alcanzar en un tiempo determinado.

INNOVACIÓN: es la capacidad de convertir ideas y conocimientos en productos, procesos o servicios nuevos, para que el mercado reconozca y valore. No se trata de añadir sofisticación tecnológica a los productos, sino dar respuestas nuevas a los clientes.

RESUMEN

TITULO:”FACTORES DETERMINANTES DE LA COMPETITIVIDAD DEL TURISMO EN SALUD COMO POTENCIADOR DEL DESARROLLO ECONOMICO, EMPRESARIAL Y SOCIAL EN SANTANDER”

AUTOR: JHON GALVEZ NIETO

PALABRAS CLAVE: Turismo en salud, competitividad, desarrollo económico, innovación.

DESCRIPCION:

El presente trabajo de grado busca identificar los factores que determinan la competitividad del turismo en salud en el Departamento de Santander, teniendo en cuenta aspectos como fortalezas, debilidades y oportunidades del turismo en Salud, para lo cual se realizó una revisión documental del estado actual de dicho sector y su impacto en Santander, actualmente se encuentran diferentes instituciones las cuales prestan los servicios de salud como lo son FOSUNAB, FUNDACION CARDIOVASCULAR DE COLOMBIA, HOSPITAL INTERNACIONAL DE COLOMBIA , FOSCAL

La revisión inicio teniendo en cuenta consultas bibliográficas e información recolectada donde muestran el posicionamiento que tiene el turismo en Salud a nivel tanto nacional e internacional en la que se evidencia que es un sector en crecimiento y que contribuye al desarrollo económico, empresarial y social del País, en la última década, un gran número de países a nivel mundial han considerado el turismo en salud como un sector estratégico en el desarrollo socioeconómico, invirtiendo en él, a través de creación de nuevas empresas, puestos de trabajo y políticas nacionales e internacionales que permitan su desarrollo, se diagnosticaron las condiciones generales que caracterizan el turismo en salud en el departamento a partir de algunos agregados económicos que determinan su evolución reciente.

Factores determinantes de la Competitividad del Turismo de Salud como potenciador...10

Se identificaron las políticas sectoriales establecidas en el plan de desarrollo del departamento con el fin de verificar si son adecuadas para fortalecer el sector de turismo en salud, finalmente se determinó el impacto económico y social del mismo en el desarrollo y competitividad de Santander.

PALABRAS CLAVES: Turismo en salud, competitividad, desarrollo económico, innovación.

ABSTRACT

TITLE: "DETERMINANTS OF COMPETITIVENESS IN HEALTH TOURISM AS ENHANCER OF THE ECONOMIC DEVELOPMENT, BUSINESS AND SOCIAL IN SANTANDER"

AUTHOR: JHON GALVEZ NIETO

KEYWORDS: Health, competitiveness, innovation, economic development tourism.

DESCRIPTION:

This degree work seeks to identify the factors that determine the competitiveness of tourism in health in the Department of Santander, taking into account aspects such as strengths, weaknesses and opportunities for health tourism, which was a documentary review of the current state of the sector and its impact in Santander, currently institutions which provide health services such as FOSUNAB , Fundación CARDIOVASCULAR DE COLOMBIA, COLOMBIA international HOSPITAL, FOSCAL.

review home taking into account bibliographic consultation and collected information showing the positioning that has tourism in health both nationally and internationally in which is evidence that it is a growing sector and that it contributes to the development of economic, business and social of the country, In the last decade, a large number of countries worldwide have considered tourism in health as a strategic sector in the socio-economic development, investing in it, through the creation of new companies, jobs and national and international policies that allow Its were diagnosed conditions that characterize tourism Health Department from some economic aggregates that determine its recent evolution.

Identified sectoral policies set out in the development plan of the Department to verify without are suitable for strengthening the health tourism sector, was finally determined the economic and social impact in the development and competitiveness of Santander.

KEYWORDS: Health, competitiveness, innovation, economic development tourism.

Introducción

En Colombia, los servicios de salud están certificados por la certificadora internacional ISQUA (por sus siglas en inglés, *International Society for Quality in Health Care*), e igualmente se gestiona otra certificación dentro del Programa de Transformación Productiva (PTP), con la cual se pretende incrementar la calidad de estos, aspecto positivo para el comercio internacional de salud.¹

La mayoría de turistas que ingresan al país buscan servicios de bienestar, sin embargo, el índice es relativamente bajo en comparación a México y Argentina, los cuales ofrecen una amplia gama de servicios en este tipo de turismo.² A pesar de esto, Bucaramanga se ha posicionado dentro del sector turismo de salud, representada por una de las instituciones reconocidas y certificadas a nivel internacional como lo es la Fundación Cardiovascular de Colombia.

En términos generales, en Colombia el turismo de salud es un sector un incipiente, a principios de 2014 se contabilizaron 61.700 usuarios en las cuatro categorías de servicio. De estos datos, el Ministerio de Salud³, reporta 54.000 usuarios de medicina curativa, 4.300 en medicina estética y preventiva y 52.000 usuarios en medicina bienestar.

¹ COLOMBIA. CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL CONPES. (política de transformación productiva: Modelo de desarrollo sectorial postura estratégica. Bogotá, 2010

² MC KINSEY. Informe de modelo de demanda de turismo de salud, para 2015. Bogotá: MC KINSEY. 2016. P. 18-20

³ COLOMBIA. MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. Proyección a largo plazo para el desarrollo y fortalecimiento de los recursos humanos en salud. Bogotá: Minsalud.

Del total de turistas que llegaron al país en 2014, que fueron 1'832.098⁴, un 3.44% corresponden a turismo de salud. Según la Asociación Colombiana de turismo de salud,⁵ los procedimientos y tratamientos más demandados son los de medicina estética y bienestar. En la primera categoría se buscan procedimientos de baja complejidad (cirugías plásticas y eliminación de arrugas), esto se debe a varias razones, la primera son los bajos costos respecto a Estados Unidos y Europa; una segunda razón es la calidad de servicios que se ofrecen en el país que van desde la oferta de infraestructura en salud (clínicas y equipos de alta complejidad, y la disponibilidad de médicos y enfermeras altamente capacitadas.

Desde esta perspectiva, el presente trabajo de grado pretende analizar qué tan competitivo es el turismo de salud en Bucaramanga, sus fortalezas, problemáticas y oportunidades, teniendo en cuenta que este aún está en un ciclo de desarrollo, que necesita posicionarse a nivel internacional.

El presente documento consta de siete capítulos, se encuentra en la primera parte la introducción; el primer capítulo describe la problemática y la pregunta a la cual se quiere dar respuesta con esta investigación; el segundo capítulo comprende los objetivos; el tercero refiere la justificación del trabajo; el cuarto los marcos: teórico, conceptual, contextual y legal; el quinto comprende la metodología y los instrumentos de recopilación de información; el sexto el cronograma de actividades y séptimo ítem, el presupuesto.

⁴ PROCOLOMBIA. Informe de inversión extranjera en Colombia [en línea]. Disponible en www.procolombia.sites/defacult/reporte

⁵ COLOMBIA. ASOCIACION COLOMBIANA DE TURISMO DE SALUD. Datos sector turismo de salud. Colombia. 2014,P.5-8

1. Problema

1.1 Descripción del Problema

El Comercio Internacional de Salud es originado por la demanda de personas que buscan la maximización de la relación beneficio/costo del servicio adquirido, teniendo como referencia los precios que se cobran localmente y en el exterior por la prestación Internacional de Servicios de Salud, se realiza en varias modalidades, entre ellas: prestación transfronteriza de Servicios; desplazamiento de pacientes; presencia comercial de prestadores extranjeros, o migración temporal de profesionales⁶. De las anteriores alternativas, el desplazamiento de pacientes es el que ha permitido a personas de países desarrollados recurrir a los servicios y tratamientos ofrecidos en países en desarrollo a precios competitivos.⁷

En éste campo se destacan las experiencias de Cuba, y de ciudades Colombianas como Medellín, Bogotá, Cali y Bucaramanga. En este contexto Bucaramanga busca consolidarse como destino de salud, exportando los más sofisticados tratamientos médicos y quirúrgicos, ofreciendo tecnología de punta y personal altamente calificado, en reconocidas entidades como la FCV, Fundación Cardiovascular de Colombia, con su I.P.S Instituto del Corazón, Fundación Oftalmológica de Santander, FOS y Centro Médico Carlos Ardila Lulle, además de las numerosas y especializadas clínicas y especialistas en las diversas ramas de la medicina, conformando uno de los más selectos portafolios de salud de alto nivel en Latinoamérica.

⁶ HSIEH, Johan. Health economics. Massachusetts: The Mit Press.2012.P. 12-14

⁷ MERLIS,M. The Value of extra benefits offered by medicale advantage plans in 2006. Kaiser Fund Qualter research.2013, p.78-79

A pesar de esto, la ciudad afronta problemas que son extensivos al turismo de salud en toda Colombia, entre ellos: “inadecuada contabilización del sector- muchos de los empresarios no saben que los ingresos de atender un paciente extranjero son ingresos de exportación; desconocimiento de la capacidad exportadora del sector; dificultades en el desarrollo de iniciativas debido a la existencia de obstáculos a la circulación de personas; ausencia de estímulos y apoyo a la investigación orientados a la exportación de servicios de salud”.

Como fortalezas se reporta la calidad del servicio de salud colombiano; bajo costo de los tratamientos especializados comparados con los Estados Unidos y otros países desarrollados; reconocido prestigio internacional de Instituciones y profesionales; amplia diversidad de destinos turísticos susceptibles de ser ofrecidos a pacientes y sus acompañantes.

En síntesis, el sector de turismo de salud, es un sector que poco a poco tiende a crecer y a posicionarse como renglón económico y como fuente de ingresos nacionales por esta razón este estudio propone un análisis reflexivo sobre los factores que determinan la competitividad del turismo de salud como potenciador del desarrollo económico, empresarial y social de Santander, analizando factores como infraestructura, transporte, precios de los servicios, calidad, imagen internacional y nacional, seguridad, certificación y valores agregados al servicio.

1.2 Formulación del Problema

Dada la anterior situación problemática se propone una investigación orientada a dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los factores determinantes en la competitividad del turismo de salud como potenciador del desarrollo económico empresarial y social en Santander?

2. Objetivos

2.1 Objetivo General

Establecer los factores determinantes de la competitividad del turismo de salud, como potenciador del desarrollo económico, empresarial y social en Santander

2.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar las condiciones generales que caracterizan el turismo de salud en Santander, a partir de algunos agregados económicos que determinan su evolución reciente.
- Identificar si las políticas sectoriales establecidas en los planes de desarrollo nacional y local son adecuadas para fortalecer el sector de turismo de salud.
- Determinar el impacto económico y social del turismo de salud en el desarrollo y competitividad del departamento.
- Presentar los resultados anotados de los factores.

3. Justificación

El turismo de salud es un sector dinámico de gran crecimiento a nivel mundial, los usuarios buscan tratamientos y procedimientos médicos fuera de las fronteras nacionales ha incidido en crear una oferta internacional de servicios médicos que se combinan con otros tipos de experiencias turísticas basadas en la riquezas naturales, culturales e históricas de cada país oferente según la firma Mc Kinsey, aproximadamente un 46% de los turistas a nivel mundial buscan y reciben tratamientos médicos en el extranjero, convirtiéndose en turistas de salud.

En Colombia, en el año 2014, se contabilizaron 61.700 visitantes que buscaron servicios de salud, de los cuales 52.000 correspondieron a medicina de bienestar.⁸ Dentro del contexto turismo de salud, Bucaramanga se posiciona detrás de Bogotá, Medellín y Cali, con dos instituciones médicas Fundación Cardiovascular de Colombia y Hospital Internacional, los cuales se han ido posicionado por la oferta de servicios de calidad y a precios accesibles. A pesar de ser el turismo de salud un sector promisorio en la economía de Santander, son pocos los estudios realizados a nivel nacional y local, siendo esta la principal razón para realizar esta investigación.

Investigar los factores determinantes de la competitividad del sector turismo de salud como potencializador del desarrollo económico, empresarial y social de Santander, es importante porque permitirá explicar los factores promotores y los obstáculos que determinan su posicionamiento y competitividad.

⁸ ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE TURISMO DE SALUD, Op. Cit., p. 32

Factores determinantes de la Competitividad del Turismo de Salud como potenciador...19

Servirá la investigación de insumo para que se formulen estrategias y acciones para fortalecer los servicios de salud en el contexto local; reorientar lo que se hace y explorar nichos de mercado en donde pueda incrementarse su competitividad.⁹

⁹ *Ibíd.*

4. Marco Referencial

4.1 Marco Histórico

En países como India, China, Egipto y en Mesopotamia el turismo de salud se presentó como la peregrinación de las personas para tomar baños medicinales, generalmente en templos sagrados.¹⁰ Hacia el año 4.000 a. de C., muchas personas realizaban viajes de peregrinación a Mesopotamia para que les diagnosticaran enfermedades, y luego iban a Suramérica a recibir tratamientos en centros de salud.

En Grecia y Egipto era común emprender viajes a sitios con aguas termales para mejorar la salud. El primer viaje registrado es el de unos griegos que partieron desde el Mediterráneo hacia Epidauro, lugar en donde se santificaba a Asclepios, el Dios de la curación en la mitología griega.¹¹ En la Roma Antigua, los baños termales eran utilizados con fines medicinales y de interacción social.

En el mundo islámico fue común el desarrollo de un sistema para el tratamiento médico de extranjeros.¹² En Europa el turismo de salud, floreció en la edad Medieval, y eran frecuentes las romerías a sitios termales y lugares de reposo, el turismo de salud, no es algo nuevo, pues desde tiempos remotos se le conoce, las personas han viajado en búsqueda de mejoría, cuidado y sanación, tanto del cuerpo como de la mente, en Grecia, Roma, India, China y Europa.

¹⁰ KAZEMI, Z. Study of the effect factors for attracting medical tourism in Iran. Lulea University of Technology.

¹¹

¹² KAZEMI, Z., Op. cit.

4.2 Marco Teórico

4.2.1 El Turismo de Salud. Según Félix de Godoy,¹³ el turismo de salud se trata de desplazamientos regionales e internacionales de pacientes que buscan tratamiento médico, hospitalario, o espiritual, que tiene como objetivo la mejoría de la salud o búsqueda del bienestar.

Para Andrade,¹⁴ el turismo de salud es un conjunto de actividades turísticas, mediante las cuales las personas buscan mantener o acceder al bienestar físico y a la estabilidad psíquica y emocional.

La terminología sinónima al turismo de salud es amplia, denominándose “turismo médico”, “viajes médicos”, “viajes de salud”, “viajes para el tratamiento de salud”. Como alternativa de negocio, el turismo de salud es importante por el beneficio que aporta a una gran población de diferentes países, la cual puede estar desprotegida ante una enfermedad por no tener seguros médicos, o porque los costos médicos y las intervenciones quirúrgicas son muy costosas en sus países de origen.

El sector de salud, según el fin que persiga a nivel de tratamiento médico, estético o de bienestar, se divide en cuatro categorías medicinales: curativa, preventiva, estética o de bienestar.

Medicina curativa, tiene por objeto tratar, entender y mejorar la calidad de vida de una persona que sufre una enfermedad. Se estima que genera en el mundo anualmente mil millones de dolores.¹⁵

¹³ FELIZ DE GODOY, Adolfo El turismo en salud: una visión de la hospitalidad médica mundial Sao Paulo [Libro]. - Sao Paulo : [s.n.], 2008.

¹⁴ ANDRADE, José. Viajes para tratamiento de salud [Libro]. - Río de Janeiro : [s.n.], 2008. - p. 31.

¹⁵ GUTIÉRREZ, Lorena Plan de Negocio para la creación de la empresa Health In Colombia S.A.S., soluciones integrales de salud y turismo [Libro]. - Bogotá D.C. : Tesis de grado EAN, 2012. p. 20.

Medicina preventiva, se centra en identificar factores de riesgo y prevenir la ocurrencia de enfermedades. Promueve el envejecimiento saludable, genera anualmente 0.7 miles de millones a nivel mundial.

Medicina estética, se orienta a mejorar la apariencia física, reporta ingresos por 0.6 miles de millones de dólares a nivel mundial.

Bienestar (Inspired Wellness), se orienta al desarrollo físico del paciente, desde diferentes puntos de vista social, espiritual y físico ambiental.

El bienestar social se relaciona con la satisfacción que se experimenta en las relaciones y desempeño de roles sociales. El bienestar espiritual es el grado de satisfacción que la persona siente respecto a su vida, a sus logros y expectativas. El bienestar físico-ambiental se relaciona con la actividad física, la comida saludable, la nutrición y una relación armónica con el medio ambiente. Se reportan en este aspecto ingresos por 22,8 miles de millones de dólares anuales.¹⁶

Según, Deloitte Medical Tourism,¹⁷ los turistas de salud son personas que viajan de un país a otro para hacerse tratamientos médicos. En este sector participan unos 28 países, que reciben anualmente más de dos millones de visitantes y generan unos 24 mil millones de dólares anuales en ingresos.

Los países más conocidos en turismo de salud son Tailandia, Singapur, India, Costa Rica, Sudáfrica, Estados Unidos y Brasil. Estados Unidos no solo demanda este tipo de servicios, sino que también es un oferente de primer nivel. Las principales especialidades que demandan los

¹⁶ DELOITTE. Medical Tourism: Update and implications (Turismo Médico, Implicaciones actuales) [Libro]. - New York : [s.n.], 2008.

¹⁷ *Ibíd.*

turistas de salud son: cirugías plásticas, ortopédicas, gástricos (bariátricas), cardiológicas y ortodoncias.¹⁸

Entre los motivos que inducen a las personas a buscar atención médica, odontológica, o estética, está el costo de los servicios cobrados en los países de origen como los Estados Unidos; o la demora en acceder a turnos de cirugías y tratamientos, en países en donde el sistema de salud es universalizado.

Hay que considerar también las restricciones que muchos países imponen a los tratamientos médicos, en Estados Unidos la FDA (Federal and Drug Administration), establece las regulaciones y permisos para los tratamientos, estos, pueden ser autorizados en otros países, a precios módicos, lo cual influye en la decisión de buscar este servicio en el extranjero.

Otros factores que son considerados por el turista en salud es la distancia entre los países; la acreditación internacional de la institución médica y un sistema jurídico confiable que garantice una reclamación en caso de error de los profesionales médicos.

Según un informe del Ministerio de Turismo, la cifra estimada de personas que ingresaron al país con fines médicos o quirúrgicos para el año 2007, fue de 25.100. El crecimiento anual del turismo de salud en los últimos 4 años, ha sido de 8.2% aproximadamente y la participación dentro del turismo total es de 2.4% promedio.¹⁹

De acuerdo a este informe, la mayoría de los turistas de salud que vienen a Colombia buscan servicios de bienestar (Inspired Wellness), y constituyen un 70% del total. Unos 7000 turistas aproximadamente, utilizan 185 servicios de medicina curativa, preventiva y estética

¹⁸ BECCA, Hutchison. Medical Tourism Growing Worldwide. Delaware [Libro]. - Delaware : Universidad Delaware, 2008.

¹⁹ MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO (2010). Informe anual del turismo en Colombia [Libro].

(23%) y el 7% restante demandan nuevos tratamientos de carácter preventivo, como los chequeos ejecutivos. Colombia, como país interesado en prestar servicios de salud de clase mundial, ha buscado la acreditación internacional de sus instituciones médicas, para esto el objetivo es obtener la acreditación JCI (Joint Commission International) y establecer alianzas entre los sectores de salud y turismo para crear paquetes que incluyan tratamientos médicos, hospedaje, traslados, recorridos turísticos, de acuerdo con la complejidad de los tratamientos.

Paralelamente al crecimiento del turismo de salud, Colombia espera tener en poco tiempo servicios de salud y bienestar que estén a la altura de los hoteles de cinco estrellas. Es necesario y así lo precisa el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la consolidación de los servicios de bienestar como uno de las categorías con mayores ingresos para el país, en la medida en que se invierta en la construcción de establecimientos como spa y gimnasios. Desde hace tiempo, Bucaramanga se ha consolidado como destino de salud, exportador de los más excelsos y sofisticados tratamientos médicos y quirúrgicos en diferentes ramas de la medicina, conformando uno de los mejores portafolios de servicio a nivel latinoamericano.

4.2.2 Competitividad, Innovación y Posicionamiento. Según la Organización World Economic Forum (WEF), por competitividad puede entenderse una capacidad que tiene una organización pública o privada, para obtener ventajas comparativas en un entorno socioeconómico dado.²⁰

El IMD, en su página de internet, asegura que la competitividad de las naciones surge en un campo de conocimiento económico, en donde se presta atención a hechos y políticas que pueden ayudar a crear capacidad y valor para las empresas, y consecuentemente beneficios para

²⁰ WORLD ECONOMIC FORUM, WEF(2004) The global competitiveness Report Switzerland [Libro]. p. 81-83.

la población. En este sentido es importante como objeto de estudio conocer cómo las naciones y las empresas desarrollan competencias para alcanzar prosperidad y beneficios. El ambiente competitivo, es analizado por IMD, teniendo en cuenta cuatro fuerzas, entre ellas, atractivo es agresivo; proximidad vs. Globalidad, activos vs. Procesos y toma de riesgos individuales vs. Cohesión social.

Las anteriores son opciones que el Estado debe considerar, dependiendo de las necesidades del país y las regiones, involucrándose en alguna de las opciones dicotómicas. Por ejemplo, puede elegirse una política de atraer inversiones dando incentivos (atractivo); pero también puede elegirse una política agresiva de conquista de mercados.

La proximidad-globalidad, hacen relación a la cercanía del bien o servicio a la cadena de valor; si un bien tiene cercanía con el consumidor predominará la proximidad y si le busca entrar de lleno y competir en el mercado, entonces la política será optar por la globalidad. Puede crearse ventaja competitiva a través de activos o procesos. Países con activos escasos como tierra, capital o trabajo, pueden crear ventaja a través de procesos que mejoren la producción y la calidad de lo que hacen; este es el caso por ejemplo de Japón.

Según Michael Porter,²¹ y el foro económico mundial, las instituciones, infraestructura, los factores macroeconómicos, la eficiencia en el mercado de trabajo, la disponibilidad de tecnologías, el tamaño del negocio, crean y sostienen ventaja competitiva. De acuerdo a este autor, el contexto globalizado crea oportunidades, pero son las empresas las que pueden crear bienes y servicios con valor agregado con ventajas competitivas y comparativas, respecto a los demás. Dos aspectos determinan la productividad de una empresa, una es la capacidad y

²¹ PORTER, Michael La ventaja competitiva de las Naciones [Libro]. - Madrid : Prentice Hall, 2000. - p. 81.

competencia de esa empresa para operar en el país en donde compite; otro aspecto son las condiciones y el ambiente macroeconómico en donde se compite.

4.2.3.1 La competitividad según Porter, factores que la determinan. Una ventaja comparativa o competitiva de una empresa, se basa en los atributos, recursos, conocimientos, tecnología de los que dispone respecto a los demás, esto permite obtener unos rendimientos y desempeño superior respecto de la competencia.

Para el grupo investigativo, dentro de los factores enunciados relacionados con la creación de ventaja competitiva, es claro que es el talento humano de la organización, es el que verdaderamente crea diferencia en un contexto en donde las desigualdades a nivel tecnológico no son notables. Mayor motivación, esfuerzo, capacitación y competencias en el personal, es lo que crea ventaja competitiva.

Las empresas competitivas son aquellas que son capaces de ofrecer bienes y servicios con atributos diferenciadores apreciados por sus clientes. Existen dos tipos de ventajas competitivas, una se base en los costes y otra de valor agregado. Las ventajas de coste se basan en ofrecer un bien o servicio al mínimo precio; las ventajas competitivas de valor añadido, se relacionan con unos atributos que crean diferencia y son apreciados por los clientes.

De acuerdo a Porter, la competitividad está determina por la productividad, entendida esta como el valor de un producto generado por una unidad de trabajo o capital. Según este autor, son cuatro los factores que determinan la competitividad entre ellos: la dotación del país, la demanda interna en relación con la oferta del aparato productivo, la existencia de una estructura productiva y las condiciones existentes en el país.

4.2.3.2 La innovación. La innovación es sinónimo de creatividad, es dar respuestas nuevas para resolver problemas.

Una innovación empresarial es una mejora en el modelo de negocio que tiene una empresa, es realizar grandes cambios organizacionales, productivos o tecnológicos en la propuesta que hace un negocio al mercado con el único fin de ser más eficiente y conseguir una mejor posición en el mercado o incluso crear un mercado totalmente nuevo donde no existen competidores.²² Algunas de las virtudes principales que tienen las empresas que realizan innovaciones empresariales son:

Ellas se adaptan fácilmente a los cambios en el mercado.

Son empresas ágiles eternamente para desarrollar nuevos productos y servicios.

Tienen una visión de largo plazo destinada a cambiar el estatus quo de una industria.

Crean ventajas competitivas que son absolutamente arrolladoras.

Es preciso señalar que existen dos fines principales que tiene una innovación empresarial. El primero es aumentar la eficacia competitiva que tiene una empresa, esto mediante la realización de cambios sustanciales en los procesos internos de la empresa para que la organización sea mucho más competitiva por sobre el resto de los miembros de una industria. El segundo fin se centra en aumentar el valor que perciben los clientes con los productos y servicios que ofrece un negocio, esto mediante una reconversión del modelo de negocio de la empresa, donde la investigación y desarrollo es fundamental para encontrar oportunidades a explotar en un cierto mercado.

²² VARELA Rodrigo Innovación y empresa [Libro]. - Cali : [s.n.], 2002. p. 13.

Por otra parte, Kotler,²³ el padre de la mercadotecnia, nos dice que el camino que debe seguir toda empresa que tenga una posición de líder de mercado, es realizar una continua innovación en sus productos y servicios. Esto le ayudará al negocio a proteger su apreciada posición en el mercado y a evadir ataques frontales de los competidores de la industria. De igual forma nos indica que una estrategia de innovación empresarial aplicada en un negocio se debe traducir en llevarle al mercado los siguientes cuatro beneficios.

- Generar continuamente nuevos productos.
- Ofrecer mejor calidad en el servicio para el cliente.
- Reducir los costos de la empresa.
- Disponer de canales de distribución más eficientes para hacer llegar sus productos.

Un recurso que puede ser muy útil en torno a la generación de una estrategia de innovación empresarial, es mediante la aplicación de la famosa estrategia de océano azul. Esta estrategia se basa en crear un producto de alto valor agregado para los clientes, que sea totalmente diferente a lo que hoy en día se oferta en el mercado, para convertir a todas esas personas que no son clientes de un producto en nuevos clientes. Esta reconversión en el modelo de negocio de una empresa está fundamentada en 4 pilares: crear, incrementar, reducir o eliminar, cualquier variable importante por la que se compita en una industria.

4.2.3 El posicionamiento. El posicionamiento en el mercado de un producto o servicio es la manera en la que los consumidores definen un producto a partir de sus atributos

²³ KOTLER, Phillip Mercadotecnia [Libro]. - [s.l.] : Prentice Hill, 2008, p. 102.

importantes, es decir, el lugar que ocupa el producto en la mente de los clientes en relación de los productos de la competencia.

Los consumidores están saturados con información sobre los productos y los servicios. No pueden reevaluar los productos cada vez que toman la decisión de comprar. Para simplificar la decisión de compra los consumidores organizan los productos en categorías, es decir, “posicionan” los productos, los servicios y las empresas dentro de un lugar en su mente. La posición de un producto depende de la compleja serie de percepciones, impresiones y sentimientos que tienen los compradores en cuanto al producto y en comparación de los productos de la competencia.

El posicionamiento se puede definir como la imagen de un producto en relación con productos que compiten directamente con él y con respecto a otros productos vendidos por la misma compañía.

Para posicionar un producto se deben seguir los siguientes pasos:

1. Segmentación del mercado.
2. Evaluación del interés de cada segmento.
3. Selección de un segmento (o varios) objetivo.
4. Identificación de las diversas posibilidades de posicionamiento para cada segmento escogido.
5. Selección y desarrollo de un concepto de posicionamiento.

Los mercadólogos pueden seguir varias estrategias de posicionamiento. Pueden posicionar su producto con base en los atributos específicos del producto, las necesidades que satisface o beneficio que ofrece, las ocasiones de uso, la clase de usuarios. Las empresas logran su

posicionamiento creando ventaja competitiva, esta es la ventaja que se tiene sobre los competidores ofreciendo más valor en los mercados meta (a los consumidores), ya sea ofreciendo precios inferiores a los de la competencia o proporcionando una cantidad mayor de beneficios que justifique la diferencia del precio más alto.

Se entiende por ventaja competitiva o diferencial, a cualquier característica de la organización o marca que el público considera conveniente y distinta de las de la competencia. Las únicas dos fuentes generadoras de una ventaja competitiva son la diferenciación y el liderazgo en costos, los cuales deben ser mantenidos durante el tiempo, de lo contrario, dicha ventaja será comparativa.

Para poder elegir y aplicar una estrategia adecuada de posicionamiento, cada empresa tendrá que diferenciar lo que ofrece, armando un paquete singular de ventajas competitivas que atraigan a un grupo sustancial dentro del segmento.

Las diferenciaciones más comunes son:

1) La diferenciación del producto, una empresa puede diferenciar su producto según su material, su diseño, estilo, características de seguridad, comodidad, facilidad de uso, etc. La mayoría de las empresas utilizan esta estrategia resaltando los atributos de su producto en comparación con los de la competencia para posicionarse en la mente del consumidor como el número uno.

2) La diferenciación de los servicios, algunas empresas consiguen su ventaja competitiva en razón de una entrega rápida, esmerada y confiable; en su instalación, reparación y capacitación; así como en el servicio de asesoría.

3) La diferenciación del personal, esta diferenciación consiste en contratar y capacitar a su personal para que sea mejor que el de la compañía. Para que esta diferenciación funcione se

tendrá que tener mucho cuidado en la selección y capacitación del personal que tendrá contacto directo con la gente.

4) La diferenciación de la imagen, las empresas se esfuerzan por crear imágenes que las distingan de la competencia. La imagen de una empresa o una marca debe transmitir un mensaje singular y distintivo, que comunique los beneficios principales del producto y su posición. Los símbolos pueden conllevar al reconocimiento de la empresa o la marca y a la diferenciación de la imagen. Las empresas diseñan letreros y logos que permiten reconocerlas enseguida. Además se asocian con objetos o letras que son símbolos de calidad o de otros atributos.

4.3. Marco Conceptual

COMPETITIVIDAD: Capacidad para lograr ventaja comparativa respecto a otros competidores.

DESARROLLO ECONOMICO: Proceso de crecimiento de un país, por la maximización de la productividad y rentabilidad.

DESARROLLO EMPRESARIAL: Consolidación de la empresa y del sector.
Maximización de resultados, consolidación.

DESARROLLO SOCIAL: Estado de bienestar, en el que se utiliza con necesidad y se accede a una mejor calidad de vida.

INNOVACION: Capacidad de convertir ideas y conocimientos en productos, procesos o nuevos servicios que satisfacen necesidades.

MERCADO: Lugar en donde confluyen bienes y servicios para su comercialización.

TURISMO DE SALUD: Desplazamientos a determinados sitios en busca de tratamientos médicos y bienestar.

TURISMO: Sector económico, en que las personas se desplaza de un lugar a otro buscando diversión, descanso y esparcimiento.

4.4 Marco Legal

Referentes legales de la investigación son los siguientes:

NORMA	DESCRIPCIÓN
Constitución política de Colombia 1991	Art 300. Expedir las disposiciones relacionadas con la planeación, el desarrollo económico y social, el apoyo financiero y crediticio a los municipios, el turismo, el transporte, el ambiente, las obras públicas, las vías de comunicación y el desarrollo de sus zonas de frontera.
Ley 300 de 1996	Por el cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones Reconocimiento de la industria del turismo como industria de servicios, de libre iniciativa privada, libre acceso y libre competencia y esencial para el desarrollo social y económico del país y en especial para las entidades

	<p>territoriales, regiones y provincias, por lo cual es la referencia legal más importante en este campo (artículos 1 y 2).</p>
<p>Decreto 504 de 1997</p>	<p>por el cual se reglamenta el Registro Nacional de Turismo de que tratan ,los artículos 61 y 62 de la Ley 300 de 1996.</p>
<p>Ley 768 Julio de 2002</p>	<p>Por la cual se adopta el Régimen Político, Administrativo y Fiscal de los Distritos Portuario .Artículo 18. Planes sectoriales de desarrollo turístico. De conformidad con lo previsto en los planes sectoriales que formen parte del plan nacional de desarrollo, el gobierno de cada distrito en coordinación con el Ministerio de Desarrollo formulará el respectivo proyecto de plan sectorial de desarrollo del turismo que será puesto a consideración del Concejo Distrital para su aprobación e incorporación al plan general de desarrollo distrital que a éste corresponda adoptar; una vez aprobados, tales planes</p>

	tendrán vigencia durante el período para el cual hubiese sido elegido el Gobierno Distrital.
Decreto 1336 de 2002	
Resolución 0119 Febrero de 2002	
Resolución 0738 de 2002	“Por la cual se fijan las tasas aeroportuarias nacionales e internacionales, y se establecen procedimientos”
Resolución 0049 de 2002	
Decreto 53 de 2002	

5. Diseño Metodológico

5.1 Tipo de Estudio

Estudio de tipo descriptivo analítico transversal respecto de los factores determinantes de la competitividad del turismo de salud como sector potenciador del desarrollo económico, empresarial y social de Santander.

Según Bonilla,²⁴ los estudios descriptivos analíticos se caracterizan por la descripción de hechos y fenómenos de manera muy aproximada como se presentan en la realidad, analizando y relacionando las variables de estudio.

El estudio es transversal, porque el análisis de los factores determinantes de la competitividad del sector turismo de salud, se plantea en el contexto y circunstancia actual, y no como ha evolucionado en el tiempo.

Este diseño es el más conveniente para la investigación porque permite analizar y relacionar cada factor determinante de competitividad en el turismo de salud en un momento dado, en una situación o coyuntura (transversal).

Como no se manipulan las variables, la descripción se combina con el análisis para dar profundidad a lo encontrado a partir de la revisión documental.

²⁴ BONILLA Castro Nelssy y Rodríguez Sehk Penélope Más allá del dilema de los métodos [Libro]. - Cali : Norma, 2005. - pág. 421.

5.2 Diseño de Investigación

La realización de la investigación plantea las siguientes fases:

Fase 1. Revisión documental en base de datos, clasificación y análisis de documentos.

Para el desarrollo de esta fase se va a verificar la documentación existente relacionada con el turismo en salud en Colombia.

Fase 2. Realización de un diagnóstico sobre las condiciones generales que caracterizan el turismo de salud en Santander.

Para el desarrollo de esta fase se determinaran cuáles son las características generales del turismo de salud en Santander, es decir cuáles son las especialidades que buscan los Turistas en Santander en términos de la salud.

Fase 3. Análisis sobre las políticas sectoriales de turismo y la manera como inciden, determinan e impactan el sector turismo de salud.

Para el desarrollo de esta fase se analizaran las falencias evidenciadas en las políticas sectoriales y las estrategias y acciones que se deben implementar.

Fase 4. Análisis del impacto del sector turismo de salud en el desarrollo económico, empresarial y social de Santander.

Para el desarrollo de esta fase se verificarán cuáles son los nichos actuales de mercado y su impacto económico, empresarial y social

Fase 5. Análisis relacional de los factores determinantes de competitividad en el sector turismo de salud.

Para el desarrollo de esta fase se describirá los factores determinantes y aspectos relevantes de la competitividad en el sector salud.

6. Diagnóstico de la Competitividad del Turismo de Salud en Santander

El turismo de salud comprende los desplazamientos regionales e internacionales de pacientes que buscan tratamiento médico, hospitalario, o espiritual, que tiene como objetivo la mejoría de la salud o búsqueda del bienestar. También se define el turismo de salud es un conjunto de actividades turísticas, mediante los cuales las personas buscan mantener o acceder al bienestar físico y a la estabilidad psíquica y emocional. Un macroproyecto en salud, con la mejor dotación y especialistas en áreas como cardiología, cirugía estética y reconstructiva, cáncer, enfermedades hemato-oncológicas y centro de diagnóstico de alta especialización con más de 90 consultorios.

Con parámetros de seguridad, tecnología de punta, producción limpia y buenas prácticas empresariales se tendrán servicios de apoyo como medicina especializada, unidad quirúrgica UCI, hospitalización VIP, patología, imagenología, medicina nuclear, rehabilitación física, bancos de sangre y genética.

Según PROEXPORT,²⁵ el tipo de especialidad que buscan los turistas de salud en Colombia, son en orden de mayor a menor, tratamientos cardiovasculares 41%, cirugía bariátrica 10%, oncología 6%, neurología 2%, operaciones generales 5%, ortopedia 4%, trasplantes 5%, cirugía plástica 3% y odontología 2%.

²⁵ COLOMBIA. PROEXPORT. El turismo de salud, un sector emergente de alto crecimiento. Bogotá, 2012. p. 13-20.

Factores determinantes de la Competitividad del Turismo de Salud como potenciador...38

Los servicios de turismo en salud ofrecidos por Santander se sintetizan en la tabla siguiente.

Tabla 1. *Servicios de Turismo de salud ofrecidos en Santander*

	<p><i>Medicina curativa – Bucaramanga</i></p> <p>Las instituciones que prestan servicios de salud en el Área Metropolitana de Bucaramanga, han desarrollado propuestas de servicios médicos orientadas a dar respuestas competitivas para promover la buena salud de las personas mediante tratamientos o procedimientos que puedan mejorar la calidad de vida de personas que ya tienen una enfermedad.</p>
	<p><i>Medicina Preventiva – Bucaramanga</i></p> <p>Las instituciones que prestan servicios de salud en el Área Metropolitana de Bucaramanga, han desarrollado propuestas de servicios médicos orientados a dar respuestas competitivas para promover la buena salud de las personas mediante programas que puedan mejorar la calidad de vida de personas interesadas en prevenir alguna enfermedad mediante el monitoreo de factores de riesgo o evitar la ocurrencia de una lesión o lograr las mejores condiciones para una transición como puede ser por ejemplo, el envejecimiento o un embarazo.</p>
	<p><i>Medicina Estética – Bucaramanga</i></p> <p>Las instituciones que prestan servicios de medicina estética en el Área Metropolitana de Bucaramanga, han desarrollado propuestas de servicios médicos orientados a dar respuestas competitivas al mejoramiento de la presencia física de las personas mediante tratamientos e intervenciones quirúrgicas que puedan elevar la calidad de vida de personas interesadas en verse más atractivas y sentirse mejor consigo mismo.</p>
	<p><i>Medicina Bienestar (InspiredWellness) – Bucaramanga</i></p> <p>Las instituciones que prestan servicios de medicina orientadas al bienestar emocional de seres humanos en el Área Metropolitana de Bucaramanga, han desarrollado propuestas de servicios orientados a dar respuestas competitivas para lograr que las personas logren satisfacción con sus relaciones y desempeño en diferentes roles sociales o logren niveles más altos con una visión positiva y entusiasta acerca de si mismo y de la vida o deseen alcanzar mejores condiciones físicas, nutricionales (hábitos de comida saludable) y de relación con el medio ambiente.</p>
	<p><i>Medicina Bienestar (InspiredWellness) – Barichara</i></p> <p>Las instituciones que prestan servicios orientadas al bienestar emocional de las personas en Barichara, han desarrollado propuestas de servicios</p>

	orientados a dar respuestas competitivas para lograr que las personas logren satisfacción con sus relaciones y desempeño en diferentes roles sociales o logren niveles más altos con una visión positiva y entusiasta acerca de si mismo y de la vida o deseen alcanzar mejores condiciones físicas, nutricionales (hábitos de comida saludable) y de relación con el medio ambiente.
--	---

Fuente: OBSERVATORIO DE SALUD PÚBLICA SANTANDER. Diagnóstico de salud de Santander [en línea]. En: Revista Observatorio de Salud Pública, año 7, No. 1, 2012[citado 11 jul. 2013]. Disponible en Internet: <URL:<https://www.google.com.co>>

6.1 Zona Franca de Salud de Bucaramanga

La Fundación Oftalmológica de Santander, FOSCAL, y la Universidad Autónoma de Bucaramanga, UNAB, han concentrado su experiencia y fuerzas para crear un ente fundacional denominado FOSUNAB cuyo objeto y misión será el desarrollo de un proyecto hospitalario, educativo y de servicios accesorios y complementarios amparados bajo la Ley 1004 de 2005 y Decreto 4051 de 2007, los cuales contienen el marco normativo de las zonas francas permanentes especiales en salud.



Figura 1. Diseño de instalaciones para FOSUNAB.

Fuente: ALIANZA FOSCAL-UNAB. FOSUNAB, Zona Franca Permanente Especial [en línea]. 2013 [citado 11 jul. 2013].
Disponibile en Internet: <URL:<http://www.fosunab.com/>>

Bajo esta modalidad en un área geográfica determinada y definida, ubicada ésta en el Municipio de Floridablanca, situado en la Calle 158 No. 20-95, frente a la Facultad de Ciencias de la Salud de la UNAB se desarrolla este proyecto en un área de 17.312,43 m².

El proyecto FUNDACIÓN FOSUNAB cuenta con 6 sótanos de parqueaderos y seis edificios los cuales en su totalidad tendrán un área de 165.882 m² aproximadamente. Se destinará un bloque clínico, Torre A y B, que consta de 9 pisos con un metraje de 37.281 m² aproximadamente. Este espacio llegará a tener 320 camas hospitalarias distribuidas en 5 pisos; 1 piso quirúrgico con 13 salas de cirugía de alta especialización, 6 salas de cirugía oftalmológica, 3 salas de cirugía estética y reconstructiva; un área de urgencias especializada y de alta

complejidad y 3 salas para procedimientos gastroenterológicos. Así mismo, un centro oncológico y servicios de medicina nuclear, imagenología y laboratorio clínico, entre otros.

Paralelo a este, se encuentra el tercer edificio, denominado Torre C, con un área de 20.140 m² en donde estará el Centro de Diagnóstico de Alta Especialización distribuido en 9 niveles. El cuarto edificio articulador, Torre F, cuenta con un área de 26.815 m², distribuidos en 11 niveles. Esta torre será la encargada de manejar los puntos fijos y ascensores que alimenta a los demás edificios. En su cubierta se encuentra un helipuerto y en orden descendente se desarrollarán salas de espera, puntos de información y demás asistencias de soporte a los servicios los médico-hospitalarios.

Hacia el oriente se encuentran localizadas las torres E y D con un área aproximada de 28.105 m² distribuidos en 9 niveles propuestos al desarrollo del Centro de Investigación y Transferencia Tecnológica para el Desarrollo Científico. Este complejo como zona franca es de gran importancia, pues significa que los equipos médicos de última tecnología que lleguen de otros países no tendrán arancel. Además los materiales para la construcción no tienen IVA.

Según Gilberto Ramírez, vicerrector de la UNAB, “la importancia radica en que permite a la región tener acceso a tecnología de punta en atención médica, suplir deficiencias en camas hospitalarias de la región y servicios médicos de tecnología”. El proyecto cuesta en total más de \$400.000 millones y generará aproximadamente 2.000 empleos, entre personal médico especializado, subespecializado, operarios entre otros.

Ramírez aseguró que la construcción será de 167.000 metros cuadrados, de los cuales 17.000 metros cuadrados es terreno de zona franca. Se espera que el 1 de junio del presente año se entregue la primera fase de atención clínica con 200 camas y zonas de urgencia. El proyecto deberá finalizarse en tres años.

Según el Vicerrector, el complejo clínico funcionará como una Institución Prestadora de Servicios de Salud (IPS), además dijo que con la reforma que contempla el Gobierno Nacional al sistema de salud, esta “se ajustará a los cambios de ley que requiera”.

Infraestructura. La edificación está distribuida en seis edificios inteligentes con 400 camas hospitalarias, 120 camas en las Unidades de Cuidado Intensivo, un piso quirúrgico con 13 salas de avanzada tecnología, 6 salas de cirugía oftalmológica y 3 salas de cirugía estética y reconstructiva; un área de urgencias especializadas de alta complejidad. Así mismo, un Centro Oncológico y servicios de Medicina Nuclear, Imagenología y Laboratorio Clínico, entre otras unidades.

Servicios

- Servicios médico-hospitalarios (400 habitaciones).
- Hotel internacional
- Centro de Congresos y Convenciones (1.500 personas)
- Centro de Innovación, Investigación Científica y Desarrollo del conocimiento
- Parqueaderos (1.600 vehículos).
- Centros de Atención de Clase Mundial, bajo conceptos de seguridad, transparencia, tecnología, producción limpia, y buenas prácticas empresariales.
- Centro de Oftalmología
- Centro de Cáncer y enfermedades hemato-oncológicas
- Centro Cardiovascular

Factores determinantes de la Competitividad del Turismo de Salud como potenciador...44

- Centro Internacional de Cirugía estética y reconstructiva
- Centro de Diagnóstico de Alta Especialización

Servicios de Apoyo

Urgencias (20 camas), UCI 815 camas); cirugía (23 salas) Imagenología, laboratorio clínico, banco de sangre y genética, central de mezclas, farmacia y almacén general, Unidad de esterilización, morgue.

En una segunda fase se construirán las nuevas Unidades Tecnológicas de Talla Mundial:

- Centro de Trasplantes y remplazos articulares.
- Centro de fertilidad, Banco de células madre y banco de tejidos
- Centro de nanotecnología y genómica
- Centro de medicina nuclear
- Hospitalización, Urgencias y UCI (300 camas)
- Centro de investigación y transferencia de tecnología para el desarrollo del

conocimiento científico.

Comparación entre servicios de salud ofrecidos por Bucaramanga frente a otras ciudades

En el ranking de las mejores instituciones médicas latinoamericanas la Fundación Cardiovascular de Colombia, de Bucaramanga se sitúa en el puesto 14, por debajo de instituciones colombianas como la Fundación Santa Fe, la Fundación Cardioinfantil de Bogotá, la Clínica Valle de Lyly de Cali y el Hospital Pablo Tobón Uribe de Medellín. Aunque en

Bucaramanga, se proyecta la zona franca de salud, todavía no está en funcionamiento, por lo que no se puede comparar por ejemplo con ciudades que tiene un clúster ya formado, como Medellín.

El clúster de salud más grande de Colombia es el de Medellín, y es el que más turistas de salud recibe, jalonado esto por el desarrollo empresarial de esa ciudad. Bucaramanga, aunque tiene ya reconocimiento por la calidad de sus servicios médicos, todavía tiene mucho camino por recorrer.

Los servicios médicos de clase mundial que Colombia ofrece, todavía están muy distantes del posicionamiento y reconocimiento de lo que ofrecen países como India, Filipinas, Singapur, México e inclusive Costa Rica.

Para profundizar en el conocimiento del sector turismo de salud se entrevistó a Franz Mutis Caballero, alto funcionario de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, las respuestas se presentan a continuación:

- ¿Qué representa el turismo de salud para Bucaramanga y su área metropolitana?

FRANZ MUTIS: el turismo de salud es un campo promisorio de negocios en Bucaramanga, la ciudad tiene centros médicos con última tecnología y excelente recurso humano, y esta combinación la lleva a ofrecer servicios médicos de clase mundial.

- ¿Cómo compararía a Bucaramanga en turismo de salud con otras ciudades?

FRANZ MUTIS: los mejores servicios de turismo de salud en Colombia, los ofrece Medellín con su hospital Tobón Uribe y el clúster que a su alrededor se ha creado, lo cual le ha valido ser de las pocas ciudades con certificación JCI. Bucaramanga se sitúa por detrás de esa ciudad, Bogotá y Cali, creo que superando a Barranquilla, las cuales no tiene clústers, más si buenas instituciones médicas. b

- ¿Cuáles serían los problemas más relevantes del turismo de salud en Bucaramanga?

FRANZ MUTIS: al turismo de salud en Bucaramanga le faltó ser más conocido en el contexto internacional, hay que hacer lobby y presentarlo a nivel latinoamericano y Estados Unidos; para esto hay que hacer presencia en ferias de la salud. Otro problema es que aquí hay distanciamiento entre la práctica médica, sus consecuencias y riesgos y la asegurabilidad; para esto es necesario que el paciente tenga la seguridad de que le van a responder, tal como sí sucede en países como Tailandia, por ejemplo. Otra limitación grande, es que aquí los médicos, no hablan varios idiomas y los servicios de traducción son muy pocos, y el paciente le gusta que le hablen en su idioma.

- ¿Qué perspectivas tiene el turismo de salud en Bucaramanga y área metropolitana?

FRANZ MUTIS: el turismo de salud en Bucaramanga, tiene muy buenas perspectivas, siempre y cuando se le haga proyección y divulgación internacional, por los costos y por la complementariedad de turismo que ofrece en los histórico, colonial, ecológico, creo que tenemos muy buenas perspectivas.

7. Políticas sectoriales para fortalecer el Sector Turismo de Salud

Bucaramanga y Santander afrontan problemas que son extensivos al turismo de salud en toda Colombia, entre ellos: “inadecuada contabilización del sector-muchos de los empresarios no saben que los ingresos de atender un paciente extranjero son ingresos de exportación; desconocimiento de la capacidad exportadora del sector; dificultades en el desarrollo de iniciativas debido a la existencia de obstáculos a la circulación de personas; ausencia de estímulos y apoyo a la investigación orientados a la exportación de servicios de salud”.²⁶

Un informe del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, señala que el turismo en Colombia y en Santander es una actividad que no logra articular la cadena en la prestación de servicios, así los hoteles, las agencias de viajes, los operadores, y los restaurantes, entre otros, no trabajan de manera articulada.

Por lo general, las empresas del sector turismo compiten en precio, pero no en términos de calidad, y esto es favorecido porque no hay certificación de calidad exigible, como requisito para operar.

Una debilidad evidente es que cuando se ofrecen paquetes turísticos, estos no están articulados con otros tipos de servicios. Por ejemplo, el turismo histórico con el servicio de salud, lo cual podría ser muy beneficioso. Se evidencia así falta de innovación en la oferta turística, y la tendencia a trabajar de manera individual, debilitándose así la actuación conjunta como gremio.

El turismo en Colombia y en Santander se caracteriza por el alto grado de informalidad que maneja, con lo cual decrece la responsabilidad de los operadores turísticos. En el caso del

²⁶ *Ibíd.*, p. 82.

turismo de salud una exigencia fundamental es la responsabilidad legal por los resultados que puedan arrojar las operaciones quirúrgicas y estéticas. Sin tener la responsabilidad garantizada en seguros, el turismo de salud no será competitivo, y se elegirán otros destinos.

Otra desventaja que presenta el turismo en todos sus modalidades en Colombia es la inseguridad, de hecho últimamente se han reactivado el clima de inseguridad, por un resurgir de la violencia guerrillera y de las bandas criminales. Una percepción de Colombia como país inseguro y violento ahuyenta al turista, por lo cual decide visitar otros países sin problemas en este sentido. La inseguridad creciente se constituye en una amenaza permanente, difícil de solucionar a corto y mediano plazo.

Una limitante o desventaja grande que tiene el turismo en general y el turismo de salud en particular, es el escaso número de personas que hablan dos o más idiomas, que pueden apoyar la atención, hablando al turista en su propio idioma países como Filipinas e India, líderes en servicio de turismo de salud, hacen del bilingüismo, un requisito ineludible para atender a sus turistas de salud. Los problemas mencionados aquí, corroboran las apreciaciones de Marie Stephano, presidenta de la Asociación Mundial de Turismo Médico, cuando dice que para que Colombia pueda vender servicios a nivel mundial, debe proporcionar seguridad al paciente, clasificar y estandarizar precios y servicios; mejorar facilidades para el acceso aéreo y masificar el bilingüismo.

Fortalezas que muestra el turismo en Colombia, es la gran cantidad de opciones turísticas que ofrece: turismo empresarial, histórico, ecológico, de salud, de aventura, entre otros. Igualmente la gran variedad de climas.

En cuestión de costos el turismo en Colombia, es relativamente barato para turistas procedentes de Norteamérica y Europa y muy competitivo para turistas procedentes de otros países de Latinoamérica.

En el turismo de salud, los costos de los tratamientos médicos en Colombia, son mucho menores (un 40%) que los que se cobran en los Estados Unidos y Europa; y es reconocida la calidad del personal médico, de hecho, en el ranking de las mejores instituciones médicas de Latinoamérica, se ubica el hospital San Ignacio de Bogotá; en el ranking colombiano, se ubica en los primeros lugares la Fundación Cardiovascular de Colombia.

Una oportunidad, que se presenta para el turista de salud de los Estados Unidos y para las instituciones prestadoras de salud, en Colombia, es la firma del tratado de libre comercio entre los dos países, reduciéndose drásticamente los costos por impuestos, insumos, equipos, entre otros.

Una síntesis de las problemáticas que presenta el sector del turismo en Santander, se presenta en el siguiente cuadro, identificando allí el problema, las estrategias a desarrollar y las acciones pertinentes.

Frente a esto las políticas sectoriales dirigidas al sector turismo plantean las estrategias y acciones, planteadas en la siguiente tabla.

Tabla 2. *Problemas, estrategias y acciones*

PROBLEMA	ESTRATEGIA	ACCIONES
1. Falta de planeación en turismo, articulación y gestión de recursos	1.1 Adelantar el proceso de planificación turística con metodología del Viceministro de Turismo.	1.1.1 Realizar 1 diagnóstico de la situación actual del turismo en Santander, de acuerdo a la infamación existente sobre inventarios turísticos, investigación de mercados e información general del destino.
	1.2 Capacitar al personal de las entidades territoriales y que conforman la superestructura del turismo.	1.1.2 Realizar 1 taller para la formulación de objetivos, estrategias y metas del plan.
		1.1.3 Divulgar el plan.
2. Falta de innovación en el desarrollo de productos turísticos.	2.1 Crear, revisar o fortalecer el diseño de producto diferenciado y especializado para turismo de aventura.	2.1.1 Revisar, ajustar o diseñar 2 productos turísticos de aventura, partiendo de las investigaciones de mercado.
	2.2 Crear, revisar o fortalecer el diseño de producto diferenciado y especializado para turismo de salud.	2.1.1 Revisar, ajustar o diseñar 2 productos turísticos de salud, partiendo de las investigaciones de mercado.
	2.3 Crear, revisar o fortalecer el diseño de producto diferenciado y especializado para turismo cultural.	2.3.1 Revisar, ajustar o diseñar 2 productos turísticos culturales, partiendo de las investigaciones de mercado.
3. Ilegalidad e informalidad en la conformación de la oferta empresarial turística	3.1 Aplicar la normatividad vigente para la creación de empresas turísticas.	3.1.1 Realizar 1 seguimiento bimensual a las acciones y sanciones impuestas por parte de la Policía de turismo a los prestadores de servicios turísticos.
		3.1.2 Realizar 1 manual o instructivo de procedimientos que contenga la aplicación de la norma de turismo a los prestadores de servicios turísticos.

Factores determinantes de la Competitividad del Turismo de Salud como potenciador...51

	<p>3.2 Capacitación en legislación turística del personal que administra y opera el turismo.</p>	<p>3.2.1 Realizar 1 zonificación de destinos turísticos para identificar las necesidades de capacitación en legislación turística.</p>
		<p>3.2.2 Realizar 1 taller en legislación turística para cada una de las zonas turísticas identificadas.</p>
	<p>3.3 Reglamentar que los itinerarios y transportes de turismo salgan de las terminales de transportes para controlar el cumplimiento de las normas.</p>	<p>3.3.1 Presentar un proyecto de ordenanza, para que los itinerarios y transportes turísticos sean controlados a través de las terminales de transporte.</p>
<p>4. Deficiencia en la prestación de servicios turísticos.</p>	<p>4.1 Concientizar y sensibilizar a la comunidad receptora en calidad de servicios turísticos</p>	<p>4.1.1 Elaborar 1 diagnóstico de las necesidades de capacitación de acuerdo a los requerimientos y debilidades en la prestación de los servicios.</p>
		<p>4.1.2 Formular, ejecutar 1 proyecto de capacitación y sensibilización turística a la comunidad y prestadores de servicios turísticos.</p>
		<p>4.1.3 Identificar, formular, ejecutar 1 proyecto para la creación de una red o sello de calidad turística.</p>
	<p>4.2 Promover, divulgar la adopción de las normas técnicas sectoriales de turismo.</p>	<p>4.2.1 Realizar 1 taller dirigido a prestadores de servicios turísticos, para la divulgación de las normas.</p>
		<p>4.2.2 Dar cumplimiento a la certificación en competencias laborales por parte de los diferentes prestadores de servicios turísticos, que el SENA las divulgue y se tornen obligatorias.</p>

Factores determinantes de la Competitividad del Turismo de Salud como potenciador...52

5. Falta de seguridad en la prestación de servicios turísticos.	5.1 Creación de las normas técnicas de seguridad física y de protección para los deportes de aventura.	5.1.1 Ordenar de adopción de las normas técnicas sectoriales para deportes de aventuras por parte de la Gobernación.
		5.1.2 Cumplimiento de la ordenanza por parte de Alcaldía o entes territoriales a través de secretarías de turismo u oficinas correspondientes.
6. Deficiencia de infraestructura para el turismo.	5.2 Desarrollar proyectos, programas de seguridad turística en todos los ámbitos.	5.2.1 Establecer 1 convocatoria semestral a toda la cadena productiva del turismo en función de la prevención y control frente a los diferentes niveles de riesgo y planes de contingencia en la operación turística.
		6.1.1 Verificar la interacción de los corredores de la anterior administración con las propuestas actuales.
7. Ausencia de un programa de prevención de la explotación sexual con niños, niñas y adolescentes asociadas con la actividad turística.	6.1 Priorizar los corredores turísticos del departamento de Santander.	6.1.1 Verificar la interacción de los corredores de la anterior administración con las propuestas actuales.
		7.1.1 Realizar una convocatoria para divulgar y dar a conocer a los diferentes actores e integrantes de la cadena productiva del turismo la ley y su cumplimiento.
8. Escasa medición del proceso de desarrollo del destino.	7.1 Formular el cumplimiento de la ley para prevenir y solucionar la ESCNNA.	7.1.2 Realizar por parte de la Policía de Turismo un control presencial, mensual a los establecimientos de alojamiento y hospedaje, para supervisar el cumplimiento de la ley y demás acciones.
		8.1.1 Transferencia de recursos para turismo.
	8.1 Aplicación del sistema de indicadores de competitividad.	8.1.2 Ejecución presupuestal
		8.1.3 Esfuerzo parafiscal

Factores determinantes de la Competitividad del Turismo de Salud como potenciador...53

		8.1.4 Retribución esfuerzo parafiscal.
		8.1.5 Relación empleos por habitación sector hotelero.
		8.1.6 Relación empleos subsector agencias de viajes.
	8.2 Aplicación del sistema de indicadores en la plataforma Gestión Turística.	8.2.1 Planes turísticos en ejecución.
	8.3 Aplicación del sistema de indicadores de competitividad turística en la plataforma soporte turístico.	8.3.1 Vuelos diarios provenientes de destinos nacionales.
		8.3.2 Empresas intermunicipales de transporte terrestre.
	8.4 Aplicación del sistema de indicadores de competitividad turística en la plataforma sostenibilidad sociocultural.	8.4.1 Seguridad ciudadana
	8.5 Aplicación del sistema de indicadores de competitividad turística en la plataforma de sostenibilidad ambiental.	8.5.1 Espacios naturales singulares
		8.5.2 Valoración residuos sólidos

Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo)

8. Impacto económico y social del Turismo de Salud en el desarrollo y competitividad del departamento de Santander

Bucaramanga es una ciudad que poco a poco se ha ido posicionando en el mercado del turismo de salud en el país, de hecho la Fundación Cardiovascular de Colombia, se halla ubicada en un cuarto lugar, considerando criterios como índice de calidad, seguridad, infraestructura entre otros unido a esto dentro de poco tiempo entrará en funcionamiento la zona franca de salud FOSUNAB, lo cual permitirá a la ciudad, mejorar su posicionamiento, basado en el desarrollo en procedimientos médicos especializados.

El alto nivel desarrollado en salud, unido a una adecuada consolidación de los sectores educativos, industriales, comerciales (turismo) y de servicios (transporte), confluyen y presentan las condiciones adecuadas para la creación de un clúster de turismo de salud que incentive el progreso regional. Se considera la creación del clúster de turismo en salud, una idea innovadora, en el modelo de hacer negocios, en el sector servicios.

Según Schumpeter,²⁷ la innovación surge cuando se ponen en práctica nuevas combinaciones para introducir un nuevo bien o modificar su calidad; introducir un nuevo método de hacer las cosas; abrir un nuevo mercado, o crear una nueva organización.

En sí la innovación, describe la forma como una organización crea valor a través de un nuevo conocimiento o por usos nuevos del conocimiento existente, que puede expresarse en nuevos productos o servicios, nuevos modelos de negocios, técnicas administrativas y estructuras organizacionales.

²⁷SCHUMPETER, J. Teoría de desenvolvimiento económico. México: Fondo de Cultura Económica, 1997., p. 103

En este orden de ideas, en este apartado se describen diversos factores que inciden en el concepto clúster, las condiciones que ofrece Bucaramanga y propuesta para su consolidación y la integración de la cadena de valor.

Según Michael Porter,²⁸ un clúster, es un grupo de compañías y asociaciones interconectadas, las cuales están geográficamente cerca, se desempeña en un sector industrial similar, y están unidas por una serie de características comunes y complementarias.

Los clústeres incluyen a proveedores de insumos críticos (componentes, maquinaria y servicios) y de infraestructura. Con frecuencia se extiende hasta canales y clientes, fabricantes de productos complementarios y empresas que operan en industrial relacionadas. También participan organismos gubernamentales, universidades, proveedores de capacitación y asociaciones de comercio.

En economías con clústers consolidados, la creación de riqueza está por encima del promedio regional y tiende a exportar un alto porcentaje de su producción.

Bucaramanga ha consolidado un nicho de mercado para el turismo de salud en el oriente colombiano a través de la Fundación Cardiovascular de Colombia, la cual próximamente será fortalecida con la zona de salud FOSUNAB. La ciudad y su área metropolitana reúnen los requisitos que establece la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), para la conformación de clúster, entre ellos los siguientes:

- Soporte especializado en centros de investigación y desarrollo, finanzas y servicios profesionales.
- Infraestructura blanda, como instituciones de apoyo, asociaciones locales, gobierno, instituciones financieras y educativas de reconocida calidad académica.

²⁸ PORTER, Michael. Op. Cit., p. 56

- Infraestructura dura, compuesta por facilidades para el acceso, aéreo terrestre, zonas francas.

Un clúster regional en el área metropolitana de Bucaramanga presenta ventajas como las siguientes:

- Contribuye a crear un polo de desarrollo, de acuerdo a las potencialidades regionales.
- Ayuda a construir una visión conjunta que mejora la posición de la cadena del sector salud.
- Fortalece la plataforma competitiva en términos de infraestructura productiva, social, servicios y logística.
- Al estar organizado alrededor de clientes y usos finales, satisface de mejor manera las necesidades de los consumidores, ejes de la ventaja competitiva.

8.1 Clúster de Salud en la agenda pública

Según la Agenda Interna del Sector Salud (DNP),²⁹ para el año 2019, la visión es lograr altos estándares de calidad, investigación y desarrollo, a nivel nacional e internacional que faciliten la competitividad del sector salud a todos los niveles, para ello debe cumplirse las siguientes estrategias, exigidas a nivel global para ser competitivos.

- Que existan marcos legales, claros que garanticen estabilidad jurídica y normativa, a nivel general y en el sector salud.

²⁹COLOMBIA. DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN. Agenda interna para la productividad y competitividad. Documento Sectorial de Salud, Agenda Interno Sectorial. Bogotá, p. 24.

Factores determinantes de la Competitividad del Turismo de Salud como potenciador...57

- Incremento de la productividad del sector, mediante actualización, desarrollo tecnológico y capacitación del recurso humano.
- Fortalecimiento comercial del sector salud, basada en equidad de costos, investigación y estrategias de marketing.
- Gestión de la información del sector salud, mediante la construcción de un sistema de información interinstitucional.
- Consolidación de clúster de salud regional. En Colombia se hallan definidos ejes regionales como Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga y Barranquilla, entre otros.

8.2 Ventajas que ofrece Bucaramanga para crear un clúster de Turismo en Salud

- Bucaramanga y su área metropolitana concentran más de un millón de habitantes.
- Posee instituciones médicas reconocidas por su calidad, nacional e internacionalmente a través de la Fundación Cardiovascular de Colombia, la Foscal y próximamente la Zona Franca de Salud FOSUNAB.
- A 2007, se habían realizado en Santander, 36 trasplantes renales, y seis (6) cardíacos.
- La ciudad posee reconocidos centros de investigación en Universidad como la UIS, UNAB, UDES; y programas médicos como “De corazón a corazón”; además frecuentemente llegan a la ciudad misiones de los Estados Unidos que realizan operaciones reconstructivas gratuitas a personas de bajos recursos.
- Santander ofrece otros tipos de turismo como el de aventura, ecoturismo y turismo histórico que complementarían la oferta de turismo de salud.

Factores determinantes de la Competitividad del Turismo de Salud como potenciador...58

- Un clúster de salud en Bucaramanga, permitiría la concentración geográfica de empresas especializadas y complementarias en la actividad de medicina, odontología, educación e investigación, producción y comercialización de insumos hospitalarios, dispositivos, tecnología biomédica, telemedicina, producción y distribución de medicamentos, desarrollo de software científico, las cuales interactúan entre sí, creando un clima de negocios en el que todos pueden mejorar su desempeño, productividad y rentabilidad.

Un clúster de salud y turismo brinda amplios beneficios a las empresas que lo componen entre ellos:

- Provee a las empresas un mayor grado de apropiación de su cadena de valor, permite cooperación y aprendizaje entre ellas.
- Aumenta la productividad de las empresas en el clúster y posibilidad de desarrollo de nuevos negocios.
- Mejora los flujos de información.
- Facilita el desarrollo de una infraestructura de servicios profesionales, legales, financieros, entre otros.
- Fortalece la atracción y permanencia de capitales extranjeros, lo que a su vez puede posibilitar el fortalecimiento de capacidades tecnológicas e industriales.

8.3 Acciones para la creación y consolidación del clúster

- La creación y consolidación del clúster exige una serie de requerimientos tecnológicos, formación de profesionales, inversión en infraestructura; además de esto se necesita.
- Trabajo integrado entre entes públicos, empresas privadas, instituciones universitarias, gobierno, gremios y las instituciones extranjeras aliadas.
- Articulación de la creación del clúster en la agenda de desarrollo, productividad y competitividad de Santander y Bucaramanga definiendo acciones, planes de inversión y presupuesto para su desarrollo.
- Desarrollo de un plan estratégico que responda a las necesidades del mercado, especialmente en lo relacionado con los servicios especializados de salud. Deben participar otros sectores como el de hotelería, transporte, agencias de viajes, etc.
- Definición de un portafolio de productos y servicios de acuerdo con criterios de calidad y cumplimiento de normas y legislación existente tanto a nivel nacional como internacional. Es importante señalar, que el portafolio de servicios de la salud en su fase inicial, deberá estar subordinado a la capacidad científica actual en materia de: infraestructura, oferta de profesionales, productos y servicios complementarios y tecnología disponible. Es importante mencionar que se debe generar una fuerte orientación a la innovación y desarrollo de los aspectos mencionados, que procure por atraer inversión de capital público, privado y extranjero, como factor clave para el verdadero desarrollo del clúster.

Factores determinantes de la Competitividad del Turismo de Salud como potenciador...60

- Creación de un ente de soporte en investigación y desarrollo, cuyas funciones sean el fortalecimiento y gestión del Clúster, ello en materia de enfermedades, gestión tecnología para los procedimientos, la biotecnología, ortopedia, investigación y diseño de procesos, generación de servicios complementarios, ajuste a la normatividad en salud, entre otros. Dicho ente tiene como finalidad hacer las veces de gerencia del proyecto.
- Definición de estándares de calidad de los productos, servicios y procedimientos, ello por la vía de la certificación y acreditación ante entes privados, gubernamentales, nacionales e internacionales.
- Diseño y definición de los diferentes perfiles de conocimiento de los profesionales en salud. En un trabajo conjunto con las instituciones universitarias, las instituciones acreditadoras, el Estado e institutos privados en salud. Desarrollando programas de formación coherentes con las necesidades del clúster.

Un esquema del clúster se presenta en la siguiente figura:

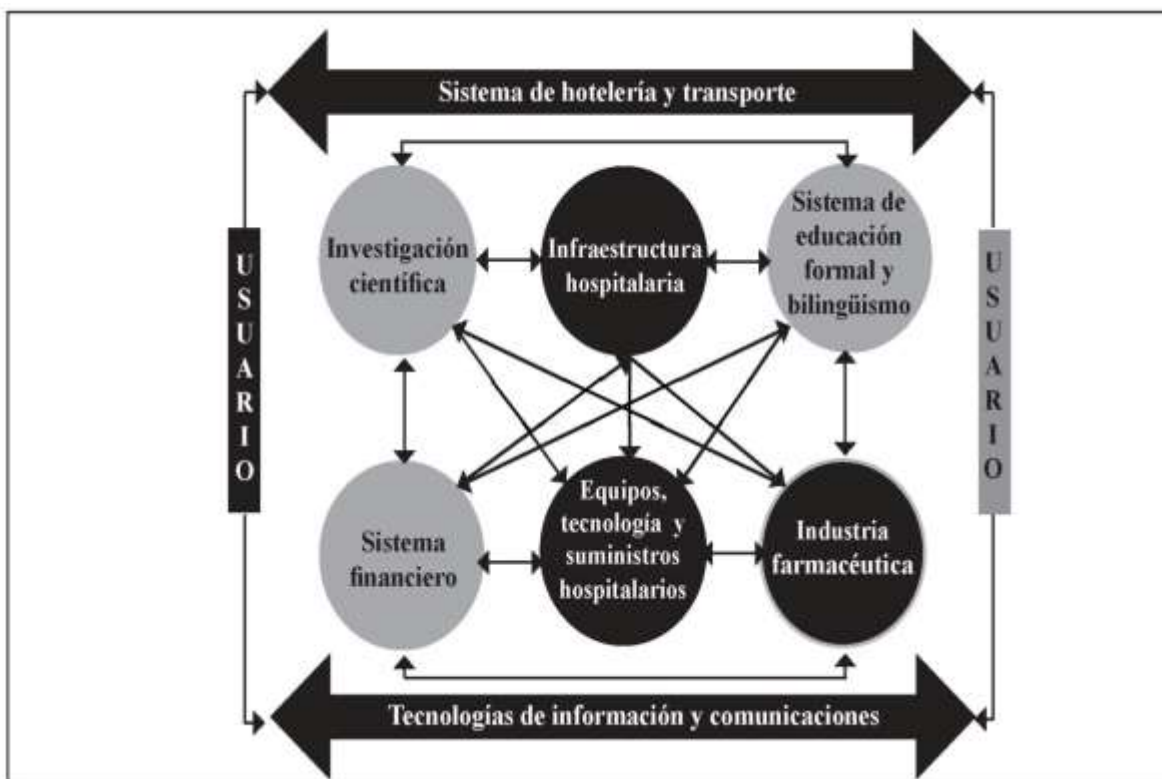


Figura 2. Cadena de valor de clúster

Fuente: Revista EAN, 67 (sep-dic), 2009, p. 37.

En la figura 2 se presenta la interrelación entre los diferentes actores del clúster.

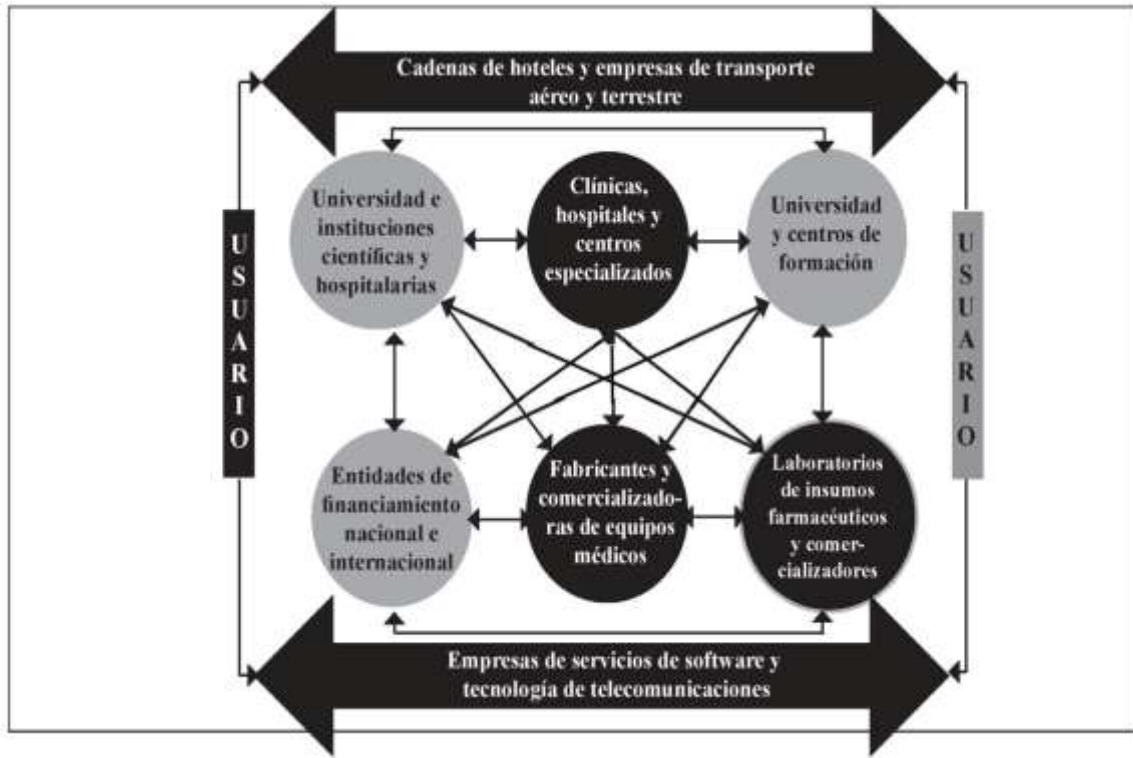


Figura 3. Actores del clúster

Fuente: Revista EAN, 67 (sep-dic), 2009, p. 37.

En síntesis el clúster de salud y turismo, precisa la integración de múltiples instituciones gubernamentales y privadas, gremios económicos, universidades y centros de investigación, además de apoyo de todos los estamentos sociales líderes, políticos, agrupaciones sociales, entre otros.

Conclusiones

El turismo de salud es un sector económico que gana notoriedad en Santander, a la par de ciudades como Medellín, Bogotá y Cali que se han posicionado en esta clase de turismo. El desarrollo de proyectos de gran infraestructura en servicios médicos como la Fundación Cardiovascular de Colombia (FOSCAL), FOSUNAB y el Hospital Internacional de Colombia, ha contribuido para posicionar el sector dentro de la economía regional. A pesar de esto la cadena de servicios médicos no está cohesionada y los actores actúan disgregadamente.

Las políticas sectoriales para el sector turismo de salud se inscriben dentro de una política general macroeconómica de competitividad. Las metas son ambiciosas y existen planes de desarrollo proyectados a 2022; pero estas buenas intenciones. Se encuentran limitadas por aspectos como infraestructura, logística, seguros médicos que asuman la responsabilidad por la consecuencia de las operaciones.

El sector turismo en salud ha tenido un impacto positivo en la economía de Santander por varias razones. En primer lugar el flujo de turistas ha tenido un aumento progresivo, favorecido por el cambio de la moneda, considerando que la mayoría de turistas proceden de Estados Unidos y Canadá. A nivel empresarial el turismo de salud evoluciona con fuerza y cada día son más las empresas que intervienen en el sector. A nivel social se goza a servicios médicos de alta calidad reconocida a nivel internacional.

Referencias Bibliográficas

COLOMBIA. CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL CONPES.

(Política de transformación productiva: Modelo de desarrollo sectorial postura
estratégica. Bogotá, 2010

MC KINSEY. Informe de modelo de demanda de turismo de salud, para 2015. Bogotá: MC
KINSEY.2016.P. 18-20

COLOMBIA. MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. Proyección a largo
plazo para el desarrollo y fortalecimiento de los recursos humanos en salud. Bogotá:
Minsalud.

PROCOLOMBIA. Informe de inversión extranjera en Colombia [en línea]. Disponible en
www.procolombia.sites/defacult/reporte

COLOMBIA. ASOCIACION COLOMBIANA DE TURISMO DE SALUD. Datos sector
turismo de salud. Colombia. 2014, p.5-8

HSIEH, Johan. Health economics. Massachusetts: The Mit Press.2012.P. 12-14

MERLIS, M. The Value of extra benefits offered by medicale advantage plans in 2006. Kaiser
Fund Qualter research.2013, p.78-79

KAZEMI, Z. Study of the effect factors for attracting medical tourism in Iran. Lulea University
of Thecnology.

FELIZ DE GODOY, Adolfo El turismo en salud: una visión de la hospitalidad médica mundial
Sao Paulo [Libro]. - Sao Paulo: [s.n.], 2008.

ANDRADE, José. Viajes para tratamiento de salud [Libro]. - Río de Janeiro: [s.n.], 2008. - p.

GUTIÉRREZ, Lorena Plan de Negocio para la creación de la empresa Health In Colombia

S.A.S., soluciones integrales de salud y turismo [Libro]. - Bogotá D.C. : Tesis de grado

EAN, 2012. p. 20.

DELOITTE. Medical Tourism: Update and implications (Turismo Médico, Implicaciones actuales) [Libro]. - New York: [s.n.], 2008.

Ibíd.

BECCA, Hutchison. Medical Tourism Growing Worldwide.Delaware [Libro]. - Delaware:

Universidad Delaware, 2008.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO (2010). Informe anual del turismo en Colombia [Libro].

WORLD ECONOMIC FORUM, WEF. The global competitiveness Report Switzerland

[Libro]. 2004, p. 81-83.

PORTER, Michael La ventaja competitiva de las Naciones [Libro]. - Madrid: Prentice Hall,

2000. - p. 81.

VARELA Rodrigo Innovación y empresa [Libro]. - Cali: [s.n.], 2002. p. 13.

KOTLER, Phillip Mercadotecnia [Libro]. - [s.l.] : Prentice Hill, 2008, p. 102.

BONILLA Castro Nelssy y Rodríguez Sehk Penélope Más allá del dilema de los métodos

[Libro]. - Cali: Norma, 2005. - pág. 421.