



## **EXPORTANDO SERVICIOS DE SALUD**

**Gerencia de Servicios  
Noviembre 2011**

• *Promoção de Turismo, Investimento e Exportações* • Förderung von Tourismus, Investition und Export • *Promotion du Tourisme, de L` Investissement et des Exportations* • **Tourism, Foreign Investment and Exports Promotion** • *Toeristische, Buitenlandse Invetiringen en Export Promotie* • **Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones** • *Promoção de Turismo, Investimento e Exportações* • Förderung von Tourismus, Investition und Export • *Promotion du Tourisme, de L` Investissement et des Exportations* • **Tourism, Foreign Investment and Exports Promotion** • *Toeristische, Buitenlandse Invetiringen en Export*

- Definición
- La Transformación de los servicios de Salud
- Las IPS y su preparación
- Salud en el marco de transformación productiva
- Normativa
- Conclusiones

# Exportación Servicios Salud: **DEFINICIÓN**

# QUÉ ES LA EXPORTACIÓN DE SERVICIOS DE SALUD?



# QUÉ ES LA EXPORTACIÓN DE SERVICIOS DE SALUD?

## Qué **ES** Turismo de Salud?

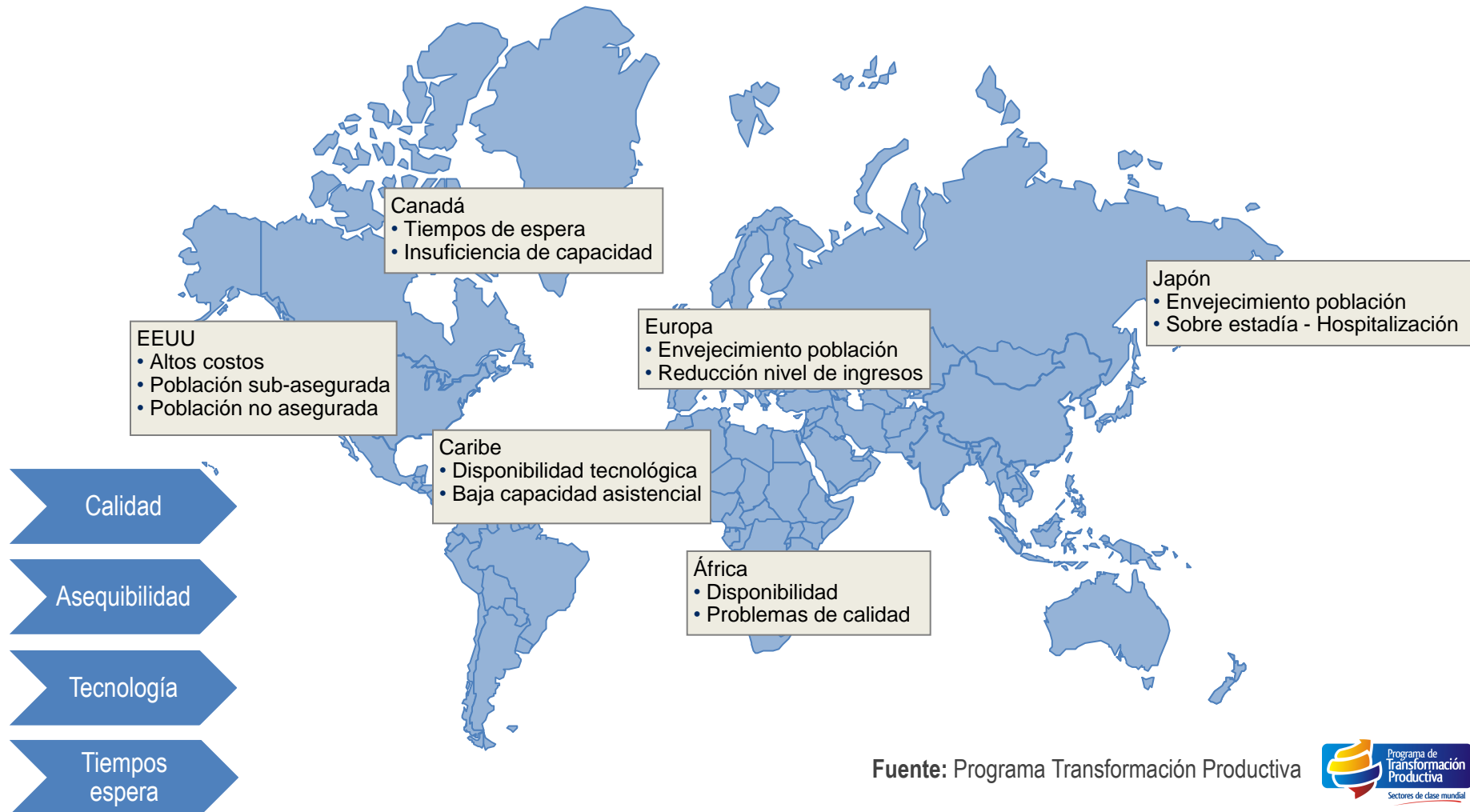
- Turismo de salud es el proceso en el cual una persona viaja para recibir servicios de salud en un país diferente a aquél en el que reside.
- Los turistas de salud son aquellas personas que viajan hacia un destino con el objetivo específico y principal de recibir un servicio de salud fuera de su país de residencia

## Qué **NO ES** Turismo de Salud?

- El turismo de salud **NO** son aquellos servicios de salud prestados por proveedores tercerizados (No es BPO de Salud, por ejemplo: lectura de radiografías de pacientes en otros países)
- Los turistas o residentes internacionales que reciben servicios de salud en un país del cual no son ciudadanos pero **NO** se desplazaron por este motivo **NO** son considerados turistas de salud

# Exportación Servicios Salud: **TRANSFORMACIÓN**

## El Turismo Salud surge como una respuesta a la deficiencia de los sistemas de salud



Fuente: Programa Transformación Productiva

# PAÍSES EN EL MAPA DE LA EXPORTACIÓN DE SERVICIOS DE SALUD

## México:

Costo: 25% - 35% de EE.UU

Principal: Cirugías dentales y cosméticas  
7 Hospitales JCI

## Costa Rica:

Costo: 30% - 40% de EE.UU.

Principal: Cirugías dentales y cosméticas  
2 Hospitales JCI

## Brasil:

Costo: 50% - 60% de EE.UU.

Principal: Cirugía Cosmética  
12 Hospitales JCI

## India:

Costo: 15% - 20% de EE.UU.

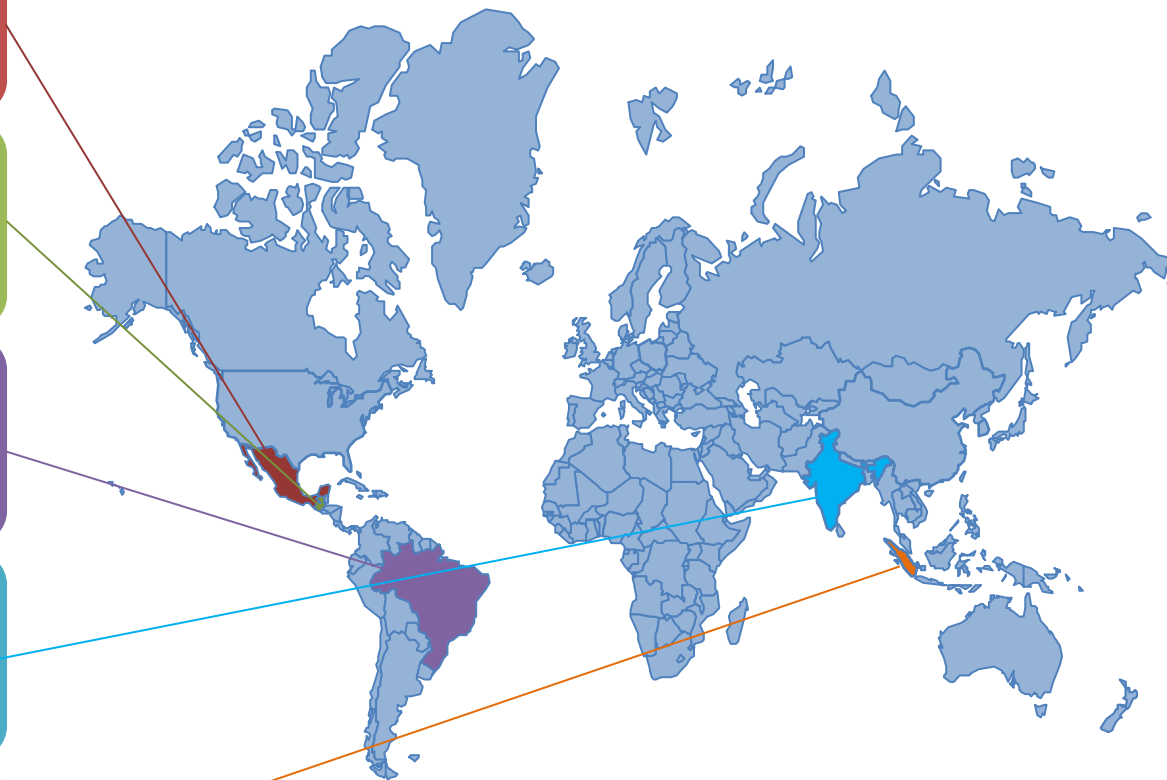
Principal: Medicina Curativa  
11 Hospitales JCI

## Singapur:

Costo: 50% - 60% de EE.UU.

12 Hospitales JCI

Atención de mercado regional



**FUENTE:** The Global Spa Economy, Global Spa Summit, 2009; Estudio McKinsey: *Defining wellness services: A fact-based approach to a nascent industry*, Febrero 2009;



# Exportación Servicios Salud: IPS Y SU PREPARACIÓN

# FACTORES CLAVES EN PREPARACIÓN IPS

- Postura estratégica clara
- Calidad igual o superior a país de origen del turista de salud
- Infraestructura suficiente y de clase mundial
- Costos competitivos
- Recurso humano
- Accesibilidad

Es necesario ofrecer servicios *competitivos*.

Neurología

Cardiología

Oncología

Ortopedia

Cirugía Bariátrica

Cirugía Estética

Odontología

Fertilidad

- No todos los servicios de una IPS pueden ser competitivos en el exterior
- Se necesita definir un portafolio de servicios exclusivos para el mercado internacional
- Entre más específico sean los servicios, mayor probabilidad de éxito en el exterior

**En costos – Colombia:**  
Costo: 25%-40% de EE.UU.  
2 acreditaciones JCI  
9 zonas francas de salud

Es necesario definir la estrategia hacia un *mercado*.

Estados Unidos

Triángulo Norte

Caribe

Perú

Bolivia

Españ

- 🇺🇸 Mercados como Canadá o Estados Unidos tienen un gran potencial para población latina (Colombianos residentes).
- 🇺🇸 50 millones de americanos no tienen seguro médico/ 120 millones no tienen seguro dental
- 🇺🇸 35% de los hispanos no tiene seguro médico
- 🇺🇸 El Caribe (Antillas) carece de infraestructura médica de alta complejidad, por lo que requieren desplazarse a otros países para recibir atención especializada

Es necesario *acreditarse internacionalmente.*

**Habilitación**  
(Requisito mínimo)

**Acreditación  
Internacional:**  
SUA  
(Requisito Mínimo)  
JCI

- Actualmente, los estándares de Habilitación están en constante modificación, con el fin de acortar más la brecha entre ésta y la acreditación internacional
- La JCI es una de las acreditaciones internacionales más reconocidas en el exterior, más tiene costos y exigencias de gran complejidad para las IPS
- SUA es una acreditación con un nivel de complejidad más asequible a las IPS, y presenta costos manejables para las clínicas que deseen acreditarse.

## Es necesario generar *alianzas*

**Alianzas Comerciales:**  
Aseguradores  
Facilitadores

**Alianzas de intercambio  
tecnológico**

- ✚ Para poder penetrar el mercado internacional, es necesario establecer convenios que permitan mantener un flujo de pacientes internacionales óptimo.
- ✚ Es necesario que la IPS se mantenga al día con los adelantos tecnológicos y procedimientos médicos; por lo que alianzas para el intercambio de tecnología y aprendizaje son altamente beneficiosas.

Es necesario definir *canales de atención*.

**Oficina Internacional:**  
Médicos especializados  
Enfermeras bilingües

**Alianza con el sector  
turístico:**  
Logística  
Hotelería

**Paquete integrales de  
atención**

- Es necesario establecer protocolos de atención exclusivos para pacientes internacionales
- La Oficina Internacional debe contar con doctores, enfermeras y asistentes bilingües, dedicados a la atención de pacientes del exterior
- Al exportar servicios de salud, es importante definir paquetes integrales de atención, donde el paciente no sólo reciba el cuidado médico debido, sino que cuente con servicios de desplazamiento, alojamiento, entre otros.

Es necesario invertir en *capacitación y promoción*.

Bilingüismo

**Tecnología:**  
Equipos  
Procedimientos

**Promoción Comercial:**  
Participación en Ferias  
Página Web  
Misiones Comerciales

- ✚ Es necesario contar con profesionales bilingües que puedan estar preparados para atender pacientes de países no-hispanos.
- ✚ Participación en congresos y capacitación en nuevos procedimientos permiten estar a la altura de los estándares internacionales.
- ✚ Se requiere invertir en equipos de tecnología de punta, que marquen un valor diferenciador de la oferta.
- ✚ Es importante contar con herramientas de promoción (página web) que permitan posicionar los servicios en el exterior, y que sirva como canal de captación de pacientes internacionales



# Exportación Servicios Salud: **TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA**

# QUÉ ES EL PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA?



Estimular la producción de **MAS Y MEJOR DE LO BUENO**  
**SECTORES ESTABLECIDOS**

Agregación de valor a través de I+D+i.



Impulsar el desarrollo de **SECTORES**  
**NUEVOS Y EMERGENTES**

Crecimiento sostenido, alto potencial exportador, intensivos en tecnología y conocimiento.



Promover valor agregado, innovación y desarrollo en **SECTORES AGRO**

Incorporación de tecnología a la cadena de valor.

# LA SALUD EN EL MARCO DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA



## La Meta propuesta para el sector Salud:

En el **2032** Colombia será reconocida como uno de los líderes mundiales en Turismo de Salud generando ingresos superiores a los **\$6 mil millones de dólares** con base en una propuesta de valor basada en costos competitivos, alta calidad e innovación en la prestación de servicios de salud y bienestar.

Para mayor información, puede entrar a: <http://www.transformacionproductiva.gov.co/>

## Promoción y posicionamiento de Colombia en el exterior:



## Requisitos para trabajar en conjunto con Proexport:

- Contar con Habilitación
- **Tener acreditación internacional (mínimo SUA) o estar en proceso de adquirirla**
- Contar con portafolio de servicios definidos para el mercado internacional
- Contar con una Oficina Internacional para la recepción, atención y seguimiento de pacientes internacionales atendidos
- Contar con paquetes integrales para atención a Pacientes Internacionales
- Tener equipo de médicos altamente capacitados para la atención de pacientes internacionales

# Exportación Servicios Salud: **NORMATIVA**

- ✚ En la actualidad, es necesario mejorar el marco normativo para la exportación de servicios de salud, de acuerdo a los estándares internacionales.
- ✚ Igualmente, se requiere establecer un sistema de medición que permita tener un récord del crecimiento de las exportaciones de servicios de salud
- ✚ Sin embargo, existen unas iniciativas claves que han quedado inscritas como política de Estado en el **CONPES 3678**



## CONPES

### Política General:

Impulsar la transformación productiva de la economía hacia una oferta diversificada, de alto valor agregado y sofisticación.

### Política Sectorial:

Posicionar a Colombia como un destino de Turismo de Salud de clase mundial.

*Mejorar la oferta de recurso humano para el sector, corrigiendo el déficit de profesionales en ciertas áreas de la salud.*

*Aumentar tasas y niveles de competencias en bilingüismo*

*Evaluar y ajustar las normas de calidad con relación a la exportación de servicios de salud.*

*Implementar una estrategia de desarrollo Centros de Excelencia.*

*Ajustar los sistemas de información y seguimiento existentes, de forma tal que sirvan para la toma de decisiones por parte de compradores y usuarios internacionales.*

*Mejorar la eficiencia y ampliar la capacidad instalada para poder atender una demanda adicional de pacientes internacionales.*

*Desarrollar productos, servicios e infraestructura de clase mundial relacionados con el turismo de bienestar.*

*Desarrollar una estrategia de promoción internacional del país como destino de Turismo de salud.*

# Exportación Servicios Salud: **CONCLUSIONES**

- La exportación de servicios de Salud requiere que las IPS se ajusten a los estándares de calidad internacionales, de forma que puedan ser competitivas en el exterior.
- Para los turistas internacionales es muy importante tener claro el tema de accesibilidad a los diferentes destinos de salud. Un paciente internacional no se desplazará a otro país a menos que éste tenga una oferta **igual o superior**, con costos competitivos frente a su país de origen.
- Es necesario definir un portafolio de productos y servicios orientados al mercado internacional, y que tengan un valor diferenciador sobre los servicios prestados a nivel nacional.
- Se requiere mejor y adecuar la Infraestructura hospitalaria suficiente para atender volumen de pacientes internacionales

- Se debe investigar para innovar en procedimientos que permitan mantener ventaja competitiva en costos, sobre otros países competencia
- Se debe propender por la consecución de acreditación internacional que respalde los servicios prestados.



**Alejandra Cervantes Nieto**  
**Asesora Exportaciones**  
**acervantes@proexport.com.co**  
**Barranquilla-Colombia**

**www.proexport.com.co**

Gracias Thank you Dank Obrigado おかげで Thank you Dank Grâce Obrigado Gracias Grâce Dank Thank you Dank

ank **Obrigado** Thank you Obrigado Thank you Gracías **Grâce**  
Dank Gracías Dank Thank you Gracías Dank Thank you **おかげで** Obrigado **おかげで**  
Obrigado **Grâce** **Dank** **Grâce** **Dank** **Thank you** **Grâce**  
ank **おかげで** Gracías **Obrigado** Dank Gracías **Dank** Gracías  
Gracías Thank you **Grâce** Dank Obrigado **Grâce** Obrigado Gracías  
Gracías **Grâce** Gracías Dank Thank you Gracías **Thank you** **Dank**  
OU Obrigado **おかげで** **Gracias** **Grâce** Dank **おかげで**  
**おかげで** **Thank you** **Gracias** **Grâce** Obrigado Gracías **Grâce**  
Thank you **Grâce** **Dank** Obrigado Thank you **Dank**  
Gracías Obrigado **Grâce** **Dank** **おかげで** **Grâce** Obrigado  
**Grâce** Thank you **おかげで** Obrigado **おかげで** Gracías  
Dank Gracías Thank you Thank you Gracías Thank you **Dank** Dank Grac  
Dank **おかげで** **Dank** Gracías Dank **Gracias** Dank **Grâce**  
Obrigado Thank you Dank Obrigado **Grâce** Gracías Dank Dank Dank  
Thank you **Obrigado** Thank you Dank Thank you Obrigado **Dank**