Deloitte.

Federación Nacional de CLINICAS PRIVADAS

Estudio de Mercado de Turismo Sanitario

Presentación del estudio: FITUR

28 de enero de 2015

Fitur 28 Enero 1 Feb. 2015 Feria Internacional de Turismo

Estructura

Introducción

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

Análisis de la situación de partida

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

Metodologías para la captación de turistas

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

Mercados objetivos para España

- Priorización de mercados.

Propuesta de posicionamiento

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

©2015 Deloitte.

Introducción

Oportunidad de la iniciativa

Convergencia de sectores

Sector Sanitario

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

Sector Turístico

©2015 Deloitte.

Oportunidad de la iniciativa

Convergencia de sectores

Sector Sanitario

Sector Turístico

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

©2015 Deloitte.

Oportunidad de la iniciativa

Convergencia de sectores

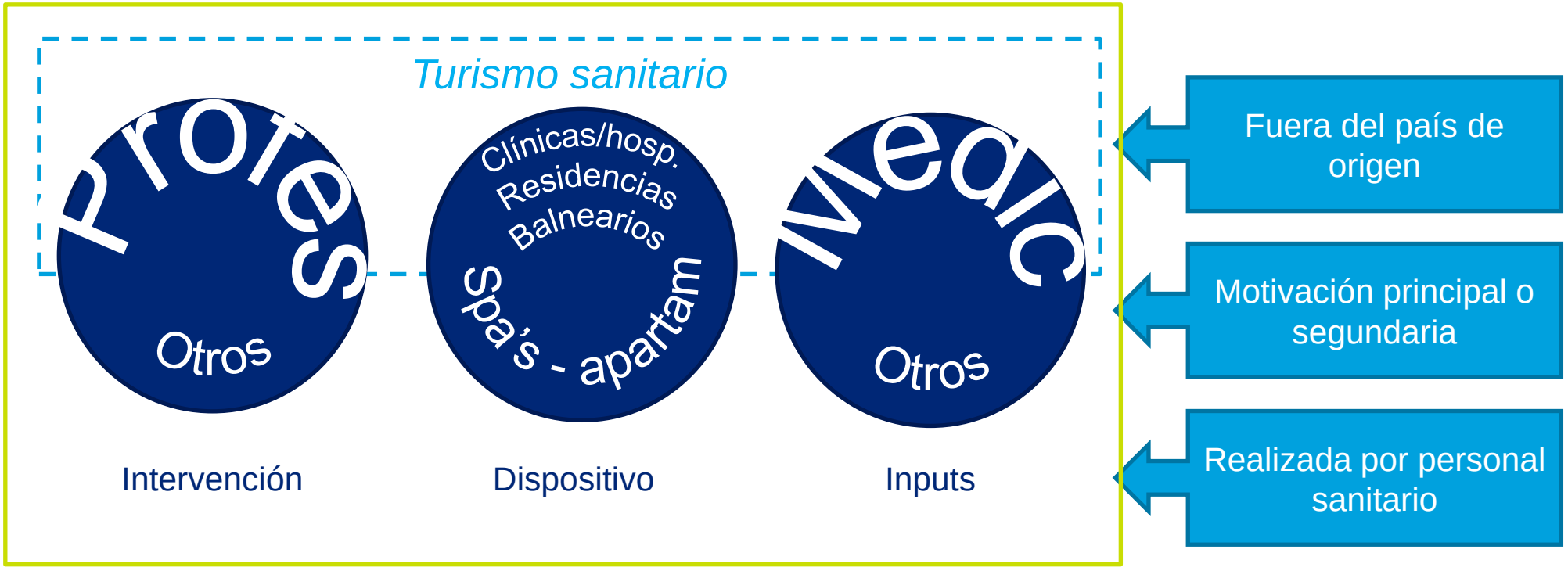
- España cuenta con **una escenario inicial excelente** para el desarrollo del turismo sanitario.

- Mediante el diseño y la **puesta en marcha de una estrategia integral de negocio**, es posible el posicionamiento de España entre los **principales países europeos de recepción de turistas sanitarios**.

Concepto de Turismo Sanitario

Turismo Sanitario

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



©2015 Deloitte.

Objetivos y metodología del Estudio

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

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

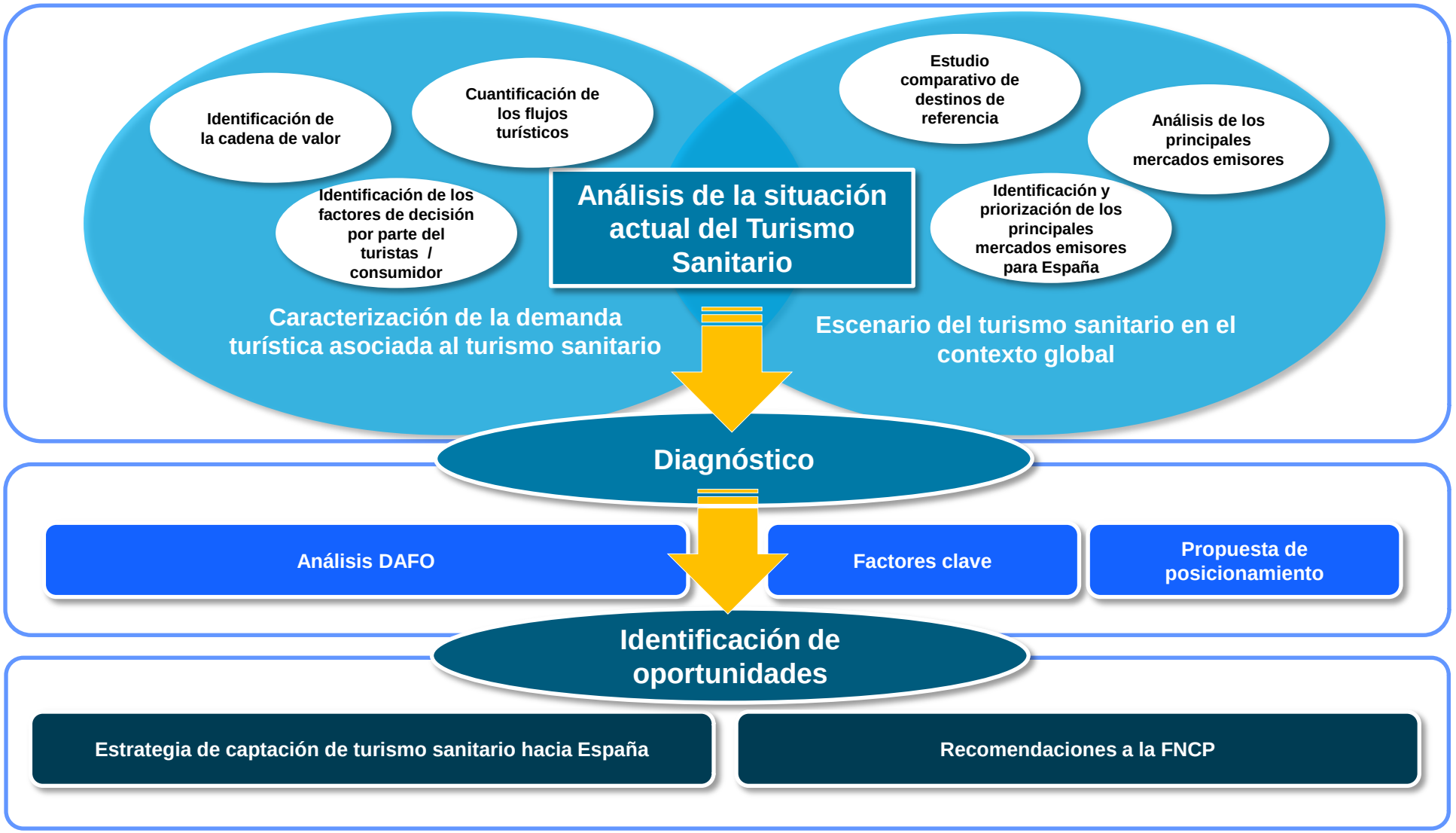
- Estudio de los **flujos de viajeros** por esta motivación.
- Análisis de las **principales características** de los **destinos competidores** para España.
- Definición de los **principales mercados emisores** potenciales.

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

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

©2015 Deloitte.

Objetivos y metodología del Estudio



©2015 Deloitte.

Mercado Global del Turismo Sanitario

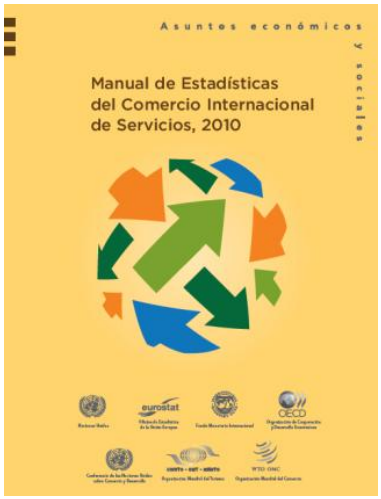
Metodología empleada

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

OECD.StatExtracts

eurostat

UNdata
A world of information



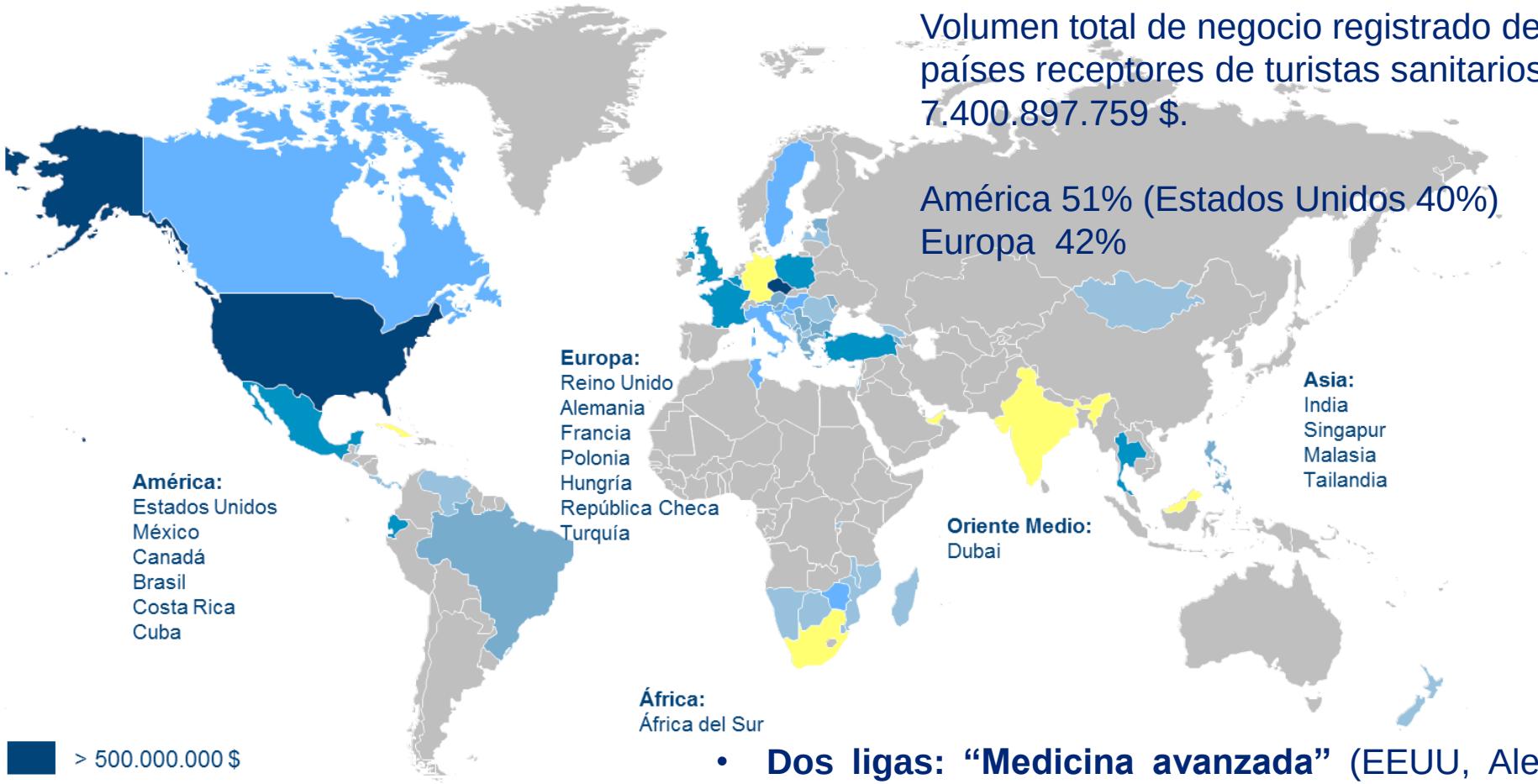
Manual de Estadísticas del Comercio Internacional de Servicios, dentro de la cuenta "Viajes personales", se registran como una subcuenta los **"Gastos relacionados con la salud"** que incluye los gastos de los **servicios médicos,** demás **atención sanitaria, la comida, el alojamiento y el transporte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

©2015 Deloitte.

Análisis de la situación de partida

Mercado Global del Turismo Sanitario

Países receptores de turistas sanitarios



Volumen total de negocio registrado de los países receptores de turistas sanitarios: 7.400.897.759 $.

América 51% (Estados Unidos 40%)
Europa 42%

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

©2015 Deloitte.

Mercado Global del Turismo Sanitario

Casos de éxito países receptores de turistas sanitarios

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

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

©2015 Deloitte.

Mercado Global del Turismo Sanitario

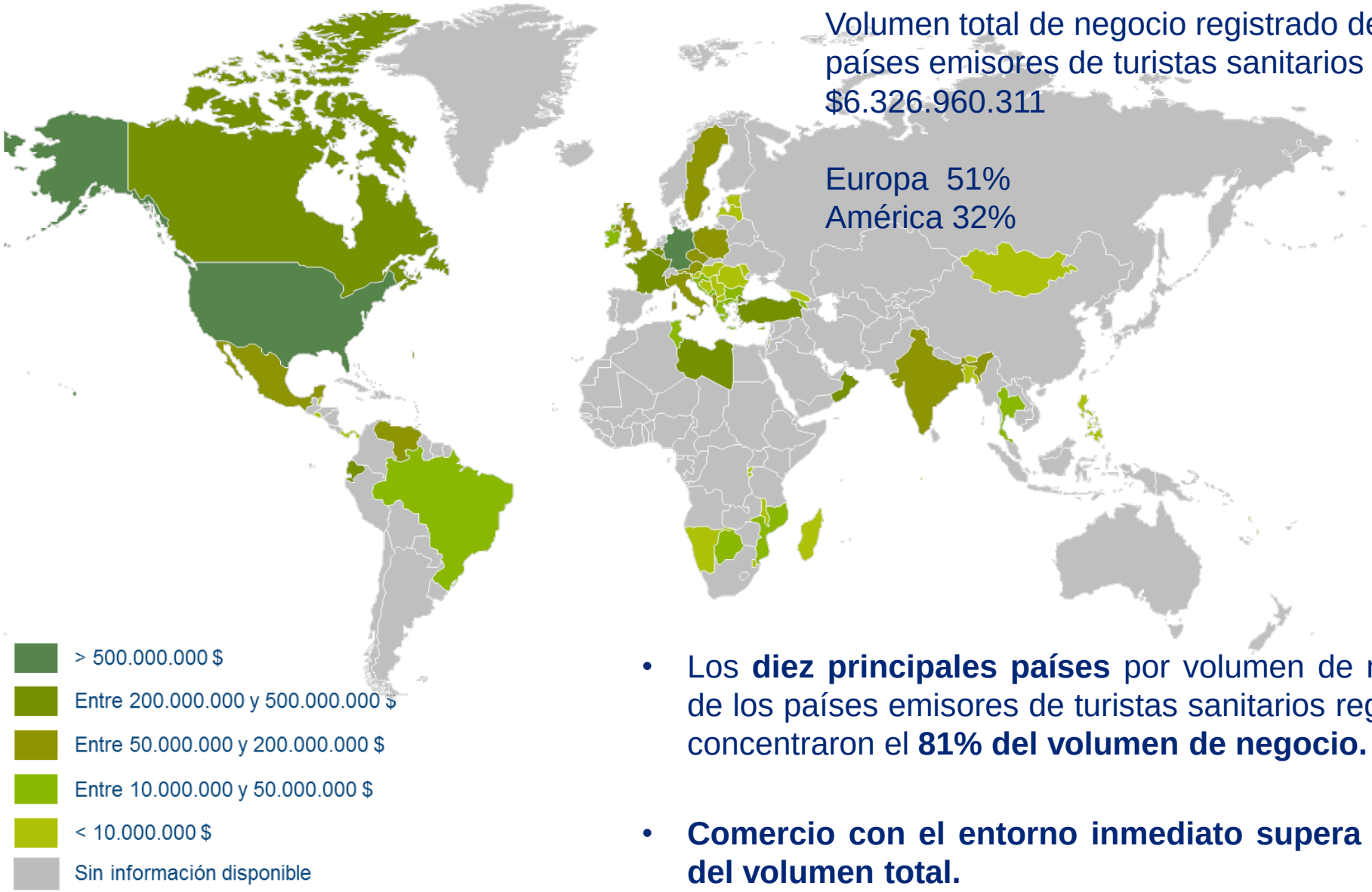
Casos de éxito países receptores de turistas sanitarios

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

©2015 Deloitte.

Mercado Global del Turismo Sanitario

Países emisores de turistas sanitarios



Volumen total de negocio registrado de los países emisores de turistas sanitarios : $6.326.960.311

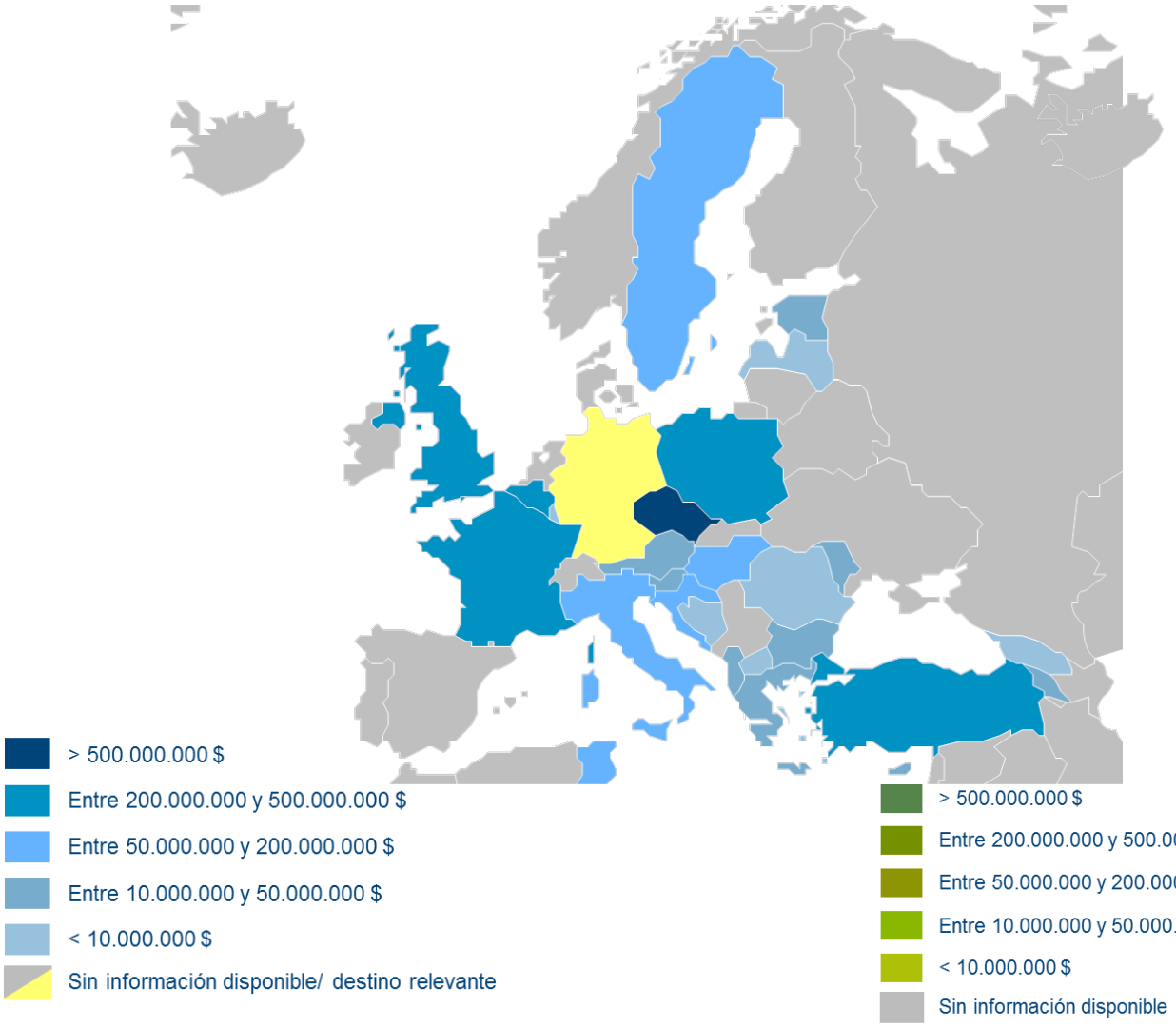
Europa 51%
América 32%

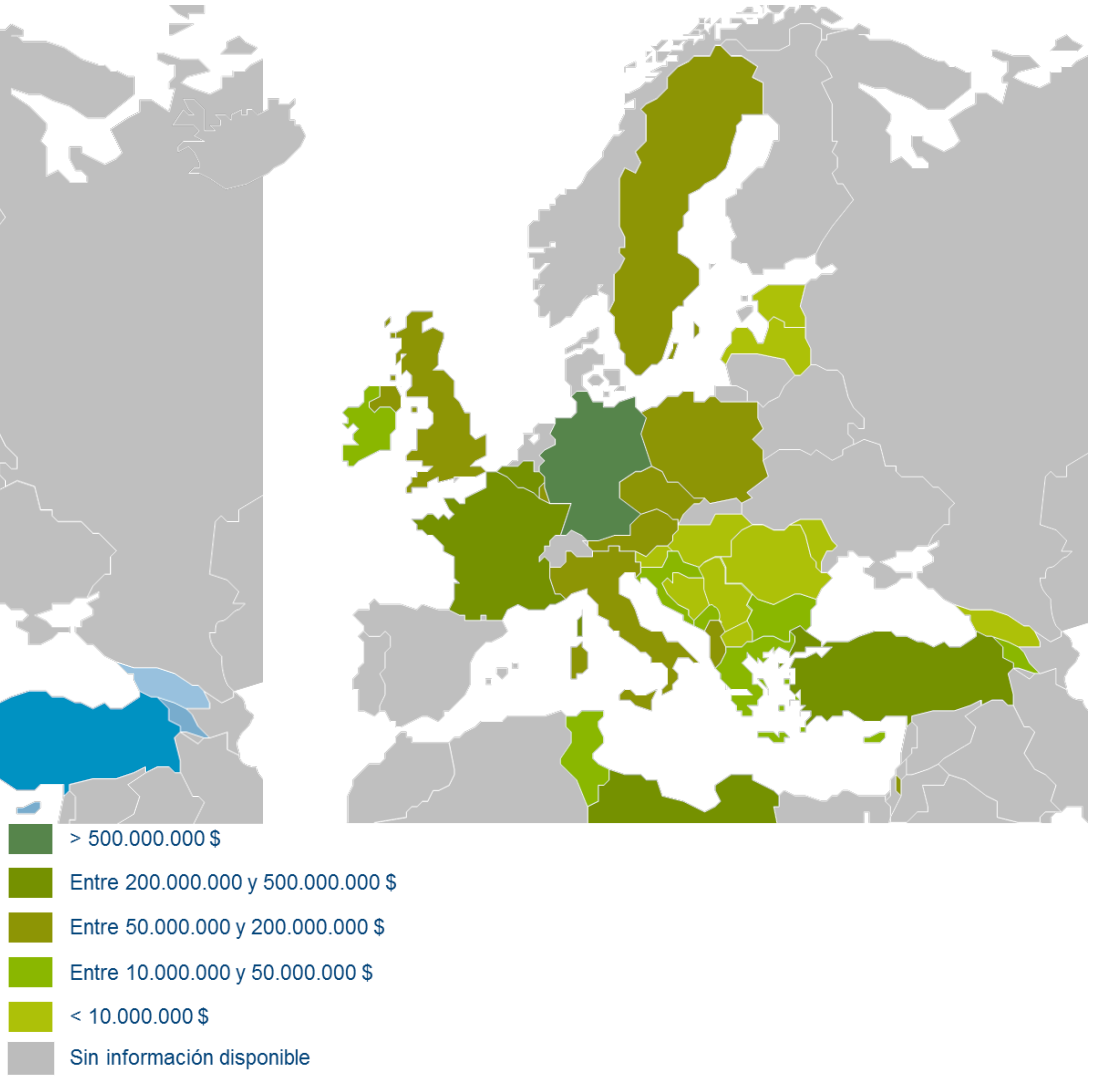
- Los **diez principales países** por volumen de negocio de los países emisores de turistas sanitarios registrada concentraron el **81% del volumen de negocio.**
- **Comercio con el entorno inmediato supera el 80% del volumen total.**

©2015 Deloitte.

Mercado Global del Turismo Sanitario

Caracterización del mercado del turismo sanitario: Europa





Receptores de turistas

- **$ 3.155.441.484 en 2010**

Emisores de turistas

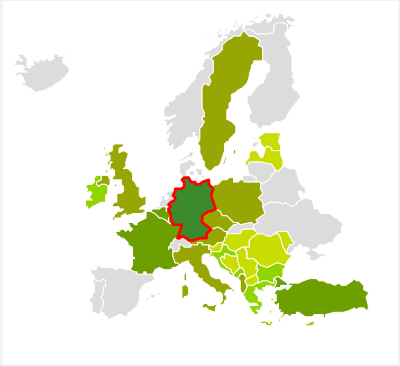
$ 3.235 millones de dólares en 2010. Coincidente con “Health at a Glance Europe 2012”.

©2015 Deloitte.

Mercado Global del Turismo Sanitario

Ejemplo de análisis por países

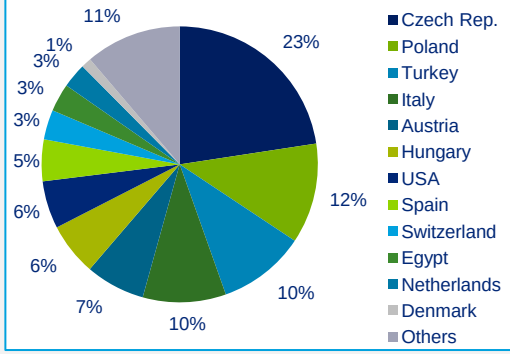
Alemania



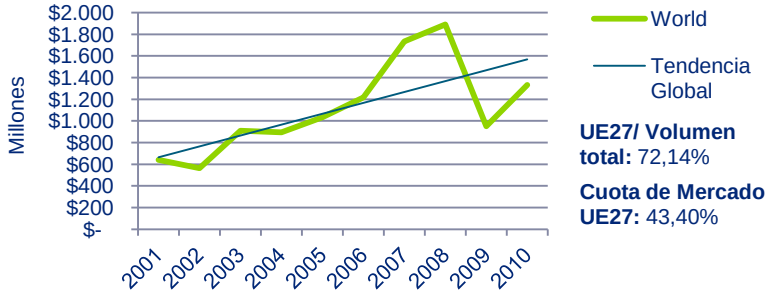
Emisión de turistas sanitarios (Importaciones)

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

Distribución según destinos



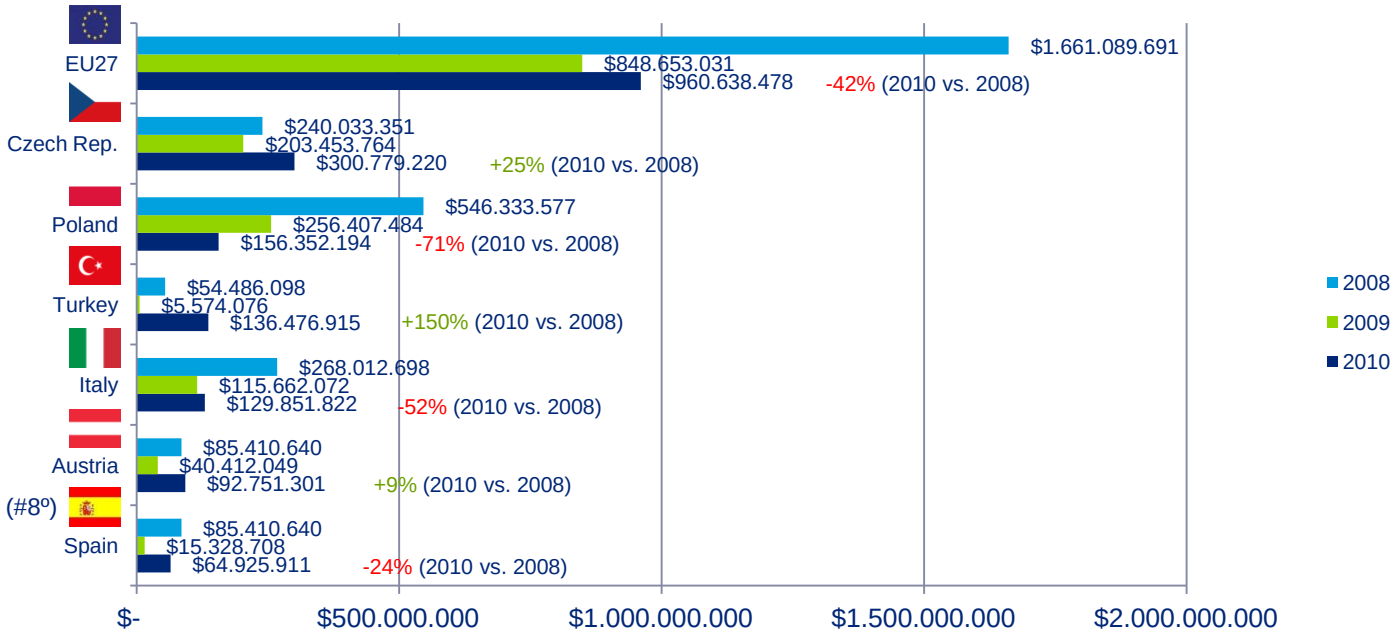
Evolución del volumen económico total (2001-2010)



UE27/ Volumen total: 72,14%

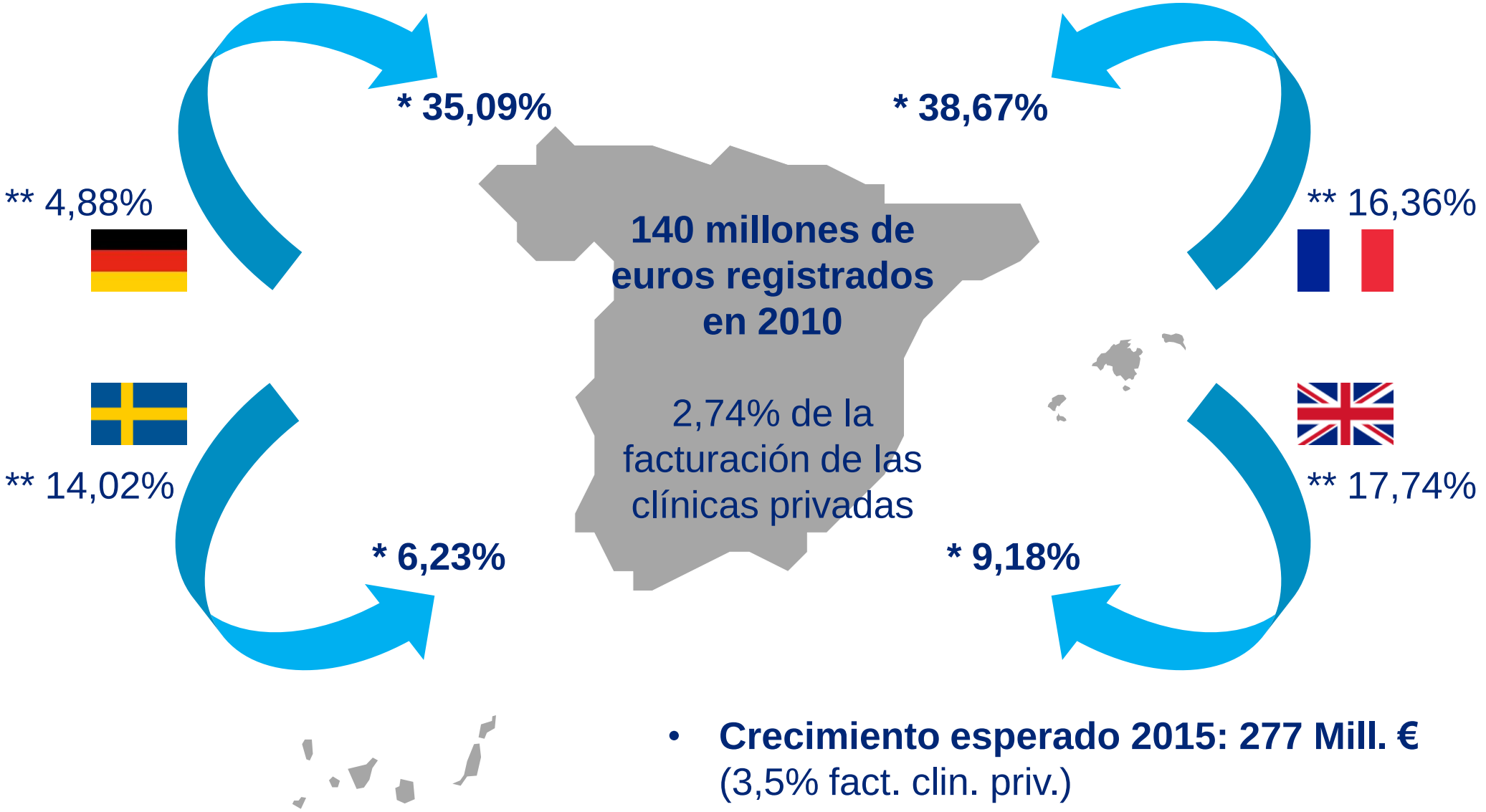
Cuota de Mercado UE27: 43,40%

Principales socios comerciales y volumen (2008-2010)



Mercado Español del Turismo Sanitario

Situación actual del mercado del turismo sanitario en España



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

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

©2015 Deloitte.

Metodologías para la captación de turistas

Mercado Global del Turismo Sanitario

Factores de decisión

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

Calidad y cobertura del Sistema Nacional de Salud	**Accesibilidad y listas de espera**	**Infraestructura, tecnología y tratamientos**
Seguimiento y asistencia post-operatorios	**Conectividad y proximidad geográfica**	**Calidad** (Certificaciones)
Precio del servicio	**Trámites burocráticos**	**Normativa**
Factores culturales	**Privacidad/ anonimato**	**Clima del destino y oferta turística asociada**

©2015 Deloitte.

Mercado Global del Turismo Sanitario

Cadena de Valor del Turismo Sanitario

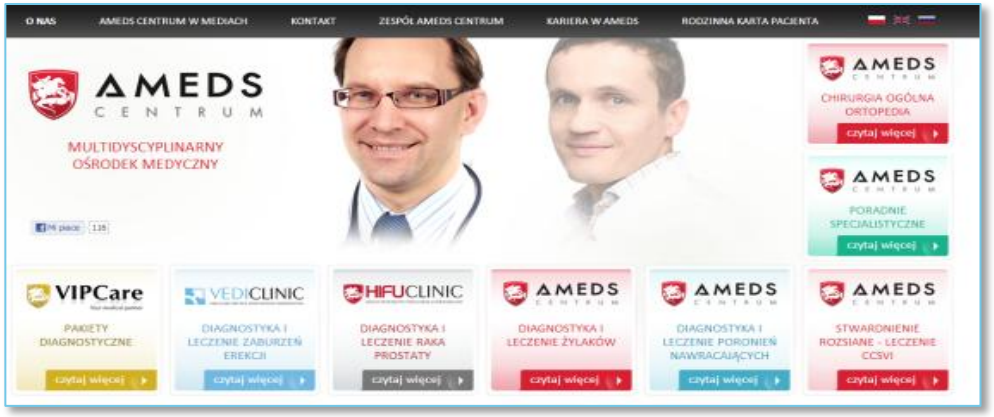
- La cadena de valor del turismo sanitario es **compleja**.
- El **entendimiento de los elementos** que componen la misma **ayudan a la consecución del éxito** en la captación de turistas.

©2015 Deloitte.

Mercado Global del Turismo Sanitario

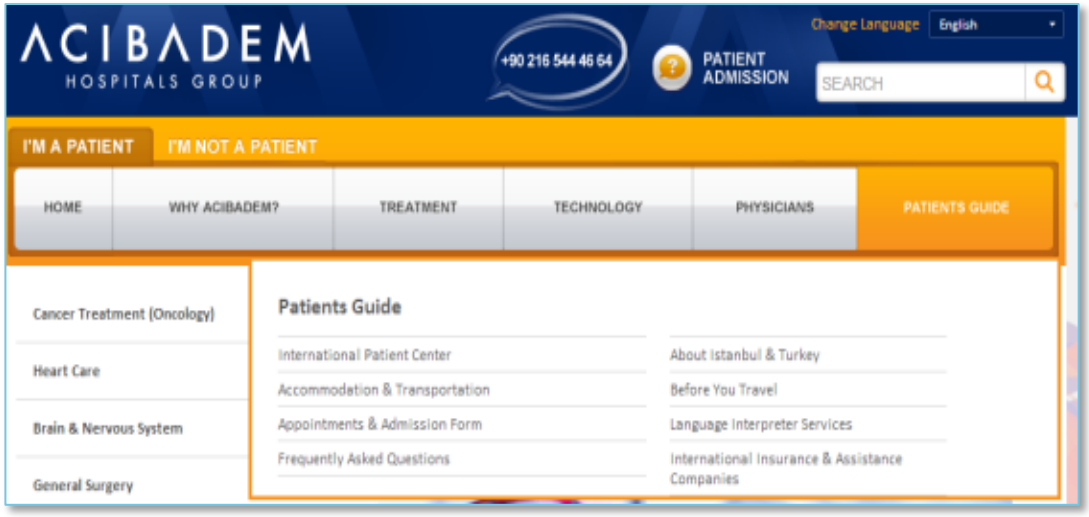
Casos de éxito plataformas de captación de turistas

Hospitales



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

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



©2015 Deloitte.

Mercado Global del Turismo Sanitario

Casos de éxito plataformas de captación de turistas

Facilitadores

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

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

©2015 Deloitte.

Mercados objetivos para España

Mercado Español del Turismo Sanitario

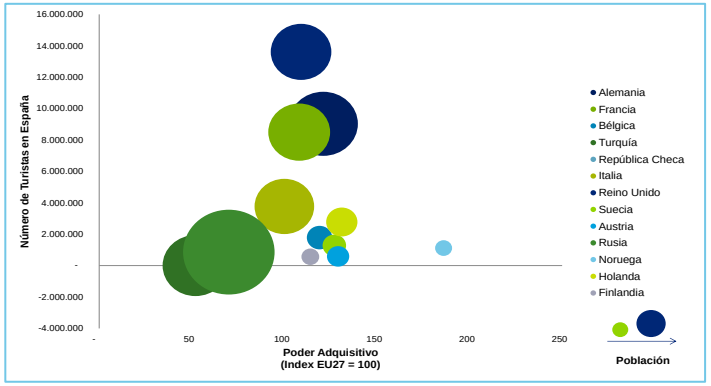
Priorización de mercados para España

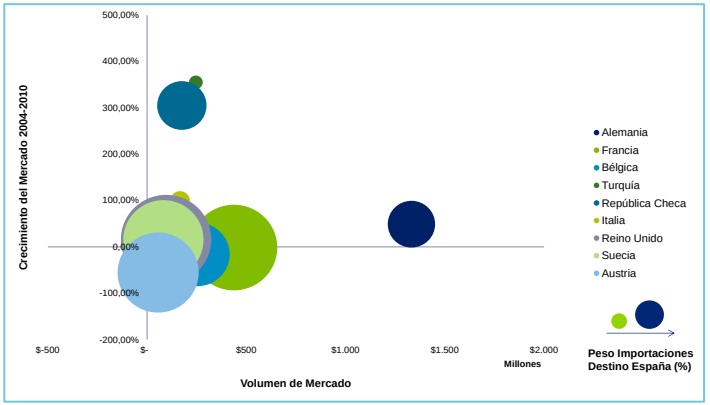
- **Criterios de priorización**

Análisis del Mercado del Turismo Sanitario

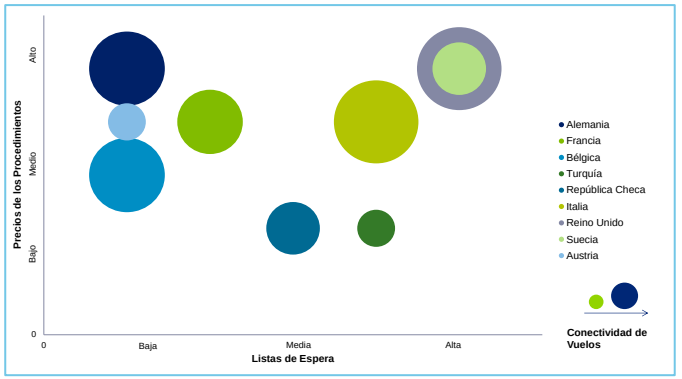
Análisis del Mercado del Turismo General

Análisis del Contexto Sanitario Nacional





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



©2015 Deloitte.

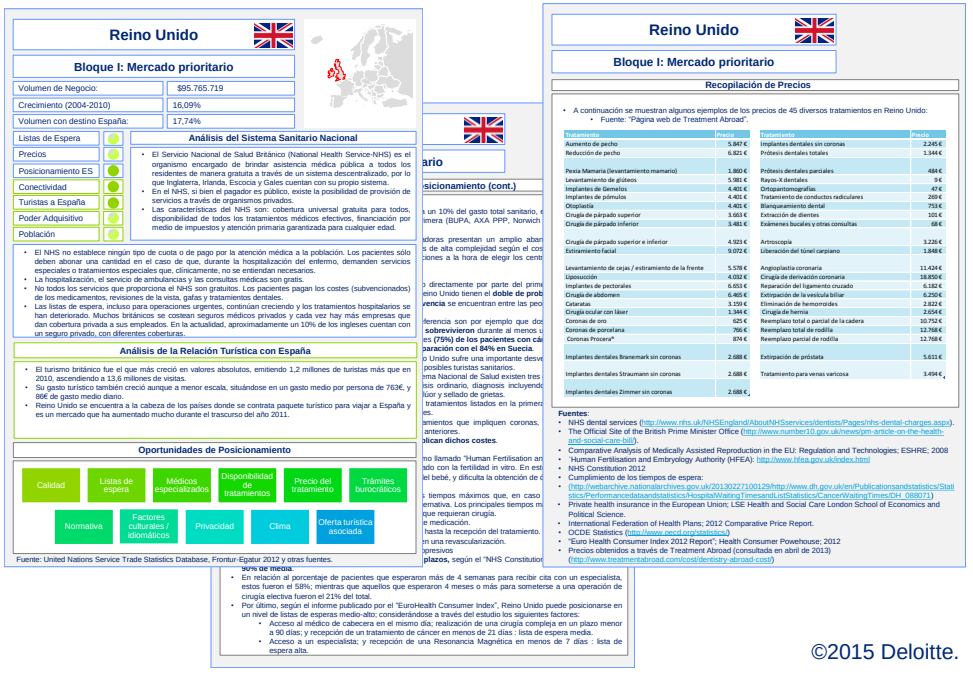
Mercado Español del Turismo Sanitario

Priorización de mercados para España

- **Priorización de mercados**

Mercados prioritarios para el destino España	Mercados de interés para el destino España	Otros mercados a potenciar
• Alemania • Reino Unido • Francia	• Bélgica (BENELUX) • Suecia (Nórdicos)	• Federación Rusa • Magreb • Oriente Medio • Latinoamérica

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



©2015 Deloitte.

Propuesta de posicionamiento

Propuesta de Posicionamiento para España

Elevada calidad, precios competitivos y proximidad geográfica

Elevada calidad y medicina avanzada

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

Precios competitivos

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

Proximidad geográfica

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

Clima

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

Complementado con la oferta turística

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

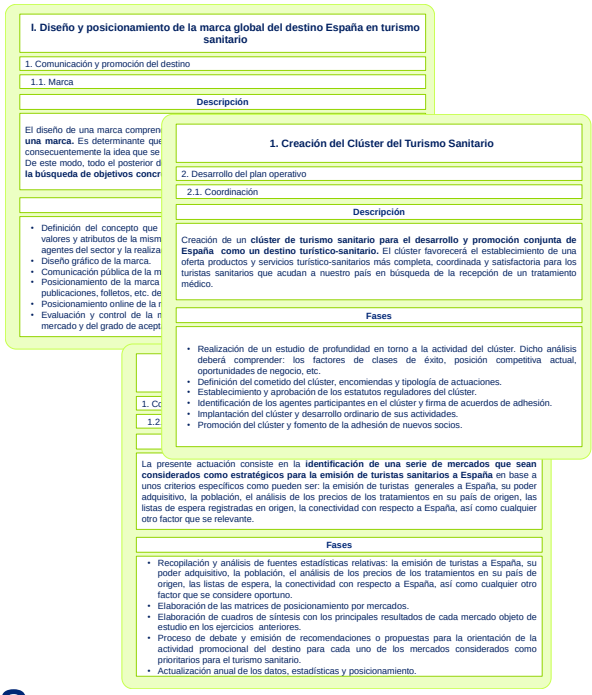
©2015 Deloitte.

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

- **Dos objetivos estratégicos**

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

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



- **40 proyectos y actuaciones identificados en 4 ámbitos**

1.Comunicación y de la promoción del destino

2. Desarrollo operativo

3. Formación y asesoramiento

4. Gobernanza y apoyo al sector turístico sanitario

©2015 Deloitte.

Centros promotores:

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

Deloitte.

Federación Nacional de CLINICAS PRIVADAS

¡Gracias!

Deloitte.

Marcos Guerra
Life Sciences & Healthcare
932804040
mguerrafernandez@deloitte.es

José Ramón Meco
Life Sciences & Healthcare
91 157 85 79
jmeco@deloitte.es

Deloitte.

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

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

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

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

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

© 2013 Deloitte Advisory