

Tendències

Barcelona Metròpoli

BARCELONA marca mèdica

Generalitat, Ajuntament i hospitals públics i privats creen una empresa per potenciar el turisme sanitari

ANA MACPHERSON
Barcelona

Cliniques, hospitals, centres especialitzats, metges de renom, l'Agència Catalana de Turisme, el Departament de Salut i l'Ajuntament s'associen per promoure Barcelona com a destinació mèdica i crearan ja hi treballen una empresa que gestioni tots els serveis que calguin, des d'un traductor fins a la consulta amb el metge, passant per l'apartament o l'hotel i una possible estada turística a la ciutat. L'acord entre totes les peces té una idea clau: oferir Barcelona com a marca mèdica i no tal clínica o tal especialista de prestigi, tot i que lògicament hi afegiran valor.

Aquesta iniciativa s'assembla a un projecte que ja fa anys que existeix. De fet, l'entitat Barcelona Centre Mèdic, que agrupa algunes de les clíniques privades principals de Barcelona i algun gran hospital, fa 20 anys que va començar a funcionar. Ara, però, és el moment de crear-ne un altre.

El turisme mèdic es va disparar fa cinc o sis anys, quan les companyies d'assegurances dels Estats Units van començar a oferir la possibilitat de fer-se tal o tal altra operació en un bon centre, acreditat per una agència d'avaluació reconeguda, en un lloc interessant per visitar i a meitat de preu, incloses les despeses del viatge.

Singapur, l'Índia, Malàisia i

alguns països d'Amèrica central ara són destinacions habituals per a pacients dels Estats Units que normalment tenen algun vincle cultural amb aquestes zones del món. A Europa i voltants qui mana és Alemanya, que acull als hospitals, dins d'un pla d'iniciativa governamental, els pacients viatgers de França, els Països Baixos, Polònia, Rússia, la Gran Bretanya, països àrabs que abans de l'11-S anaven als Estats Units... En pes, la

LA IDEA CLAU
La ciutat és la via d'entrada a un mercat en què ja abunda la medicina de qualitat

QUÈ INTERESSA
"Ens poden oferir el metge que es mira els genolls d'en Messi?", pregunten a Qatar

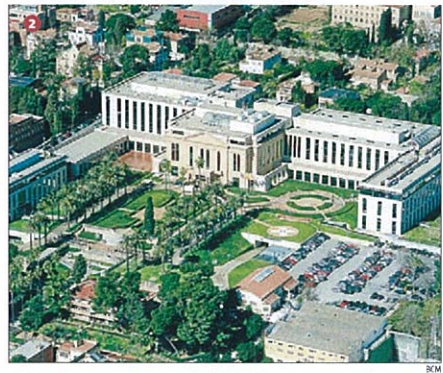
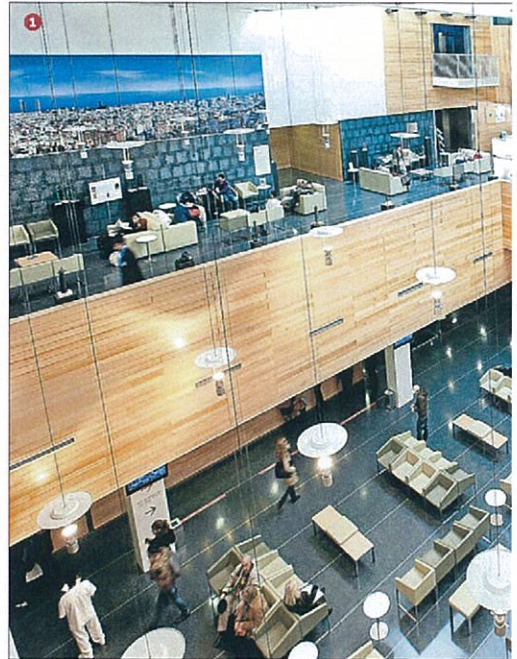
segueix Bèlgica. I puja amb molta força Turquia, que ha organitzat el turisme mèdic com a indústria nacional, amb una inversió molt atrevida en centres sanitaris de pes i la col·laboració de les aerolínies.

"L'espai que queda és petit, però ens hi podem situar", afirma el director de Barcelona Centre Mèdic, nucli dur del projecte, el doctor Enric Mayolas. "Nosaltres ja hem operat tres trasplanta-

ments de ronyó de donant viu a pacients -i donants- de Dubai, Qatar, i un fetge de Veneçuela", explica la directora de la faceta privada del Clínic, la doctora Catià Cabré. "Però aquest flux, en el nostre cas, de medicina d'alta complexitat, encara és diminut. Barcelona encara ha d'emergir", afirma la doctora Cabré.

En aquests moments es forja l'empresa que ha de llançar el projecte, ja madur, al mercat. Al març ja hauria d'estar enllestit del tot per començar, "encara que encara estem definint l'aportació que podria mantenir -això és important- cada entitat participant", explica el subdirector de l'Agència Catalana de Turisme (ACT), Patrick Torrent. El pas següent serà concretar objectius, solucionar barreres, "com ara personal que parli idiomes en cada centre. Ara tenim diversos pacients de Tunísia que han demanat serveis sanitaris d'alta complexitat a Barcelona i en aquesta ciutat sembla que ja no hi ha ningú que parli francès", lamenta Mayolas. També cal establir preus, que "encara són molt alts; a vegades ens situem per sobre d'Alemanya i hauríem de situar-nos per sota", apunta Mayolas. Actualment la transparència és escassa, quan a tots els països que competeixen la proposta és clara.

I a partir del segon trimestre ens haurem d'activar per poder estar en ple rotatge el 2013", indica Torrent. En plena crisi. "Si sabem que és difícil mantenir la inversió, i s'haurà de man-



QUÈ OFERIR I A QUINS PAÏSOS

De trasplantaments a fecundació in vitro

Trasplantaments de donant viu. Els promotors del projecte parlen d'establir acords amb països per atendre privatament part de la llista d'espera. El Clínic i Sant Pau ja ho fan però podrien incorporar-s'hi altres grans hospitals amb una llarga experiència.

Obstetrícia i fertilització assistida. Sobretot ho utilitzen dones italianes

i franceses de parelles homosexuals per la impossibilitat de fer-ho al seu país.

Oftalmologia superespecialitzada. Una oferta amb llarga tradició gràcies a Barraquer i també l'IMO, experts en microcirurgia ocular.

Cirurgia cardíaca. Inclou punts coronaris, ablacions cardíacques per con-

trolar arrítmies, problemes cardíacs relacionats amb la pràctica esportiva.

Oncologia. Inclou pacients que necessitin diagnòstic, radioteràpia, quimioteràpia o cirurgia especialitzada, com tota la de l'aparell digestiu, al Clínic. El valor principal en aquest cas no és tant el preu com la rapidesa i l'excel·lència.

Rússia, la UE i el Mediterrani sud

El gran mercat rus. Els russos i els seus veïns solen anar a Alemanya o a Israel, però ara a Barcelona vénen un milió de russos cosa que facilita acords mèdics.

La Unió Europea. A més de les pacients que busquen aquí tractaments de fertilitat, la mobilitat de pacients començarà a ser efectiva el 2013, cosa que suposarà que es po-

drà triar fer el tractament a qualsevol país de la UE amb autorització prèvia del seu Estat. Als alemanys els surt a compte posar-se aquí un genoll perquè pagaran menys que el que després li reemborsen al seu país.

Dos emirats i Qatar. Són els territoris en els quals ja hi ha contactes. Són pacients privats sense

problemes econòmics que podrien utilitzar tota classe de serveis sanitaris, des d'una revisió a la rehabilitació d'una lesió medul·lar.

Veïns del sud i els hispans dels EUA. Els països mediterranis del sud poden trobar a prop algunes superespecialitzats. També pensen a oferir-se a hispans dels EUA.

Printed and distributed by NewspaperDirect
www.newspaperdirect.com CSX No. 1177 800 433 6300 Fax: 800 234 6300
100% RECYCLED PAPER WITH 50% POST CONSUMER WASTE

LES XIFRES

Pacients dels EUA

Els Estats Units és el que més pacients opera fora: l'any passat 750.000.

Tailàndia, primera destinació

Un milió i mig de pacients estrangers va rebre Tailàndia l'any passat. El segon lloc l'ocupa l'Índia, amb 450.000.

El preu d'un 'bypass'

Una operació de *bypass* coronari costa als Estats Units 113.000 dòlars (87.000 euros). A l'Índia, 10.000 (7.600 euros) i a Tailàndia, 13.000 (10.000 euros)

El negoci

El turisme mèdic mou a l'any a tot el món uns 100.000 milions de dòlars



Hospitals, clíniques i centres monogràfics.

La llista de centres que participen en el projecte és àmplia. A banda de clíniques com la Quiron (1) o la Teknon (2), també ofereixen els seus centres monogràfics com la Guttman (3). Entre els centres generals hi ha CIM, Sagrada Família, Sant Joan de Déu, Sant Pau, Clínic, Dexeus, Píbil o Corachán. Entre els especialitzats, Pulgert, Barraquer, INCR, Garcia Ibáñez, IVI o Echevarne.

tenir, perquè això és un projecte a llarg termini, però els mercats a què ens dirigim van molt bé".

L'embrió d'aquest pla per fer un gran salt per a la internacionalització mèdica de Barcelona va ser l'actuació de l'ACT per captar turisme rus i que va col·laborar amb Barcelona Centre Mèdic. "El paraguai públic i privat va ser bàsic per poder parlar amb el parlament i el govern rusos sobre la possibilitat d'establir acords de serveis mèdics", explica Torrent.

Per les clíniques, el que és principal és construir una oferta àmplia i diversa amb el nom de la ciutat. "L'única cosa que realment es coneix en la majoria de mercats de turisme mèdic, "La responsable a Qatar d'enviar els pacients a fora ens va plantejar clarament: 'Tinc 14 vols diaris a Londres. A Barcelona, cap (des del juliol n'hi ha un). En molts altres països hi ha qualitat professional i tecnologia, de manera que això no és el que m'interessa. Em pot oferir el metge que es mira els genolls d'en Messi?' explica Enric Mayolas. "La competència és molt dura i ens hem de posar les piles. Tenim destinació, tenim excel·lència, però això ho saben altres metges que no són els que envien els pacients. Ens cal implicar en l'administració i implicar-hi les companyies aèries, els hotelers. I el primer que hem de fer és acreditar internacionalment els nostres centres. Si no, no poden saber si som bons".

Es tracta de tasques que fa uns quants anys van dur a terme Alemanya i Turquia, dues de les potències actuals en turisme mèdic a les quals Barcelona vol prendre clients. Els centres d'aquests dos països, com els de l'Índia o Singapur, estan acreditats per la Joint Commission International (JCI), que és l'estàndard de qualitat que fa servir els Estats Units. També hi ha acreditacions alemanyes i europees, però la que juga en aquest negoci és la JCI.

Perquè és un negoci de països, no pas de clíniques. La publicitat alemanya apareix en hores de màxima audiència a Rússia amb missatges com "Nosaltres fabriquem Porsche i BMW, imagineu-vos com operem".

Per alguns dels participants, com ara Barnaclínic, la seva oportu-

EL VALOR AFEGIT

Hotels, 'wellness', transport i traductors

El paquet d'anar al metge a Barcelona inclourà la possibilitat de fer turisme en una ciutat interessant, estar en hotels de luxe i accedir a serveis de *wellness* per a convalescents o acompanyants. A més, des que es posin en contacte amb l'empresa receptora que s'està gestant, els pacients disposaran de serveis de traducció, els organitzaran el transport i també l'estada.

Esclar que aquest valor afegit pot ser interessant per a la medicina *soft*, en terminologia del projecte. Per a la *hard*, la que s'ocupa de casos complexos, els valors determinants seran preu, qualitat i temps d'espera.

Una bona part dels pacients potencials són persones que busquen pel seu compte on podrien ser tractades. Entre els russos, la seva indagació exigeix veure cares de facultatius i hospitals luxosos. Entre els potencials clients britànics, la prioritat és sobretot les llistes d'espera.

Però el factor que mou centenars de milers de persones a operar-se fora de casa és el preu. A la Gran Bretanya ja hi ha pòlisses per operar-se fora. I als Estats Units, aquestes assegurances ja sumen a la cirurgia el turisme: en la tarifa inclouen el preu de l'estada i els vols. Donen per fet la qualitat, perquè els hospitals que ofereixen a Turquia o Singapur, estan acreditats, com els dels EUA.

tunitat té molt a veure amb els professionals i la gran experiència que tenen en processos d'alta complexitat. Per aquest motiu, el grup BIMA (Barcelona International Medical Academy) també dona suport a l'aposta pel turisme mèdic. La BIMA és una iniciativa d'una quinzena de metges i cirurgians, com Antonio Maria de Lacy, Josep Brugada o Josep Taberner, que es van entossudir a promoure l'excel·lència en els serveis sanitaris privats i públics entre facultatius i pacients estrangers. "Tenim un projecte a Àsia en què no es tractaria només que el pacient vingés a Barcelona, sinó també de fer servir les tecnologies de la informació per diagnosticar a distància, avaluar proves o traslladar-hi professionals...", explica la doctora Cabré.

Amb tot aquest capital, els participants en el projecte empen-

TASQUES PENDENTS

Falta l'acreditació internacional dels centres i tenir preus una mica més baixos

EL PES DELS FACULTATIUS

L'excel·lència sumarà punts, però no n'hi ha prou perquè vinguin

dran la promoció davant els facultatius -agències especialitzades en aquest turisme mèdic- i a internet -una bona part dels pacients internacionals hi busca, hi compara i hi troba-.

Li reemplaçaran el genoll, necessita una pròtesi. O una mastectomia. O una rinoplastia discreta. Al seu país costa X. Com es pot fer en una altra ciutat, en un hospital de luxe, acreditat, amb totes les innovacions, la millor tecnologia i bons professionals? Li podria costar la meitat o dues terceres parts de X. I de passada, podria passar uns quants dies en un lloc interessant, de bon clima. Barcelona, per exemple? ●

CONVITEU LA SECCIÓ BARCELONA METROPOLI A www.lavanguardia.com/barcelona-metropolis

Passa't el diumenge del llit al sofà i del sofà al llit.

Aquest diumenge les botigues IKEA a Barcelona obren les portes.

IKEA BADALONA: c/ Luxemburg, s/n. Polígon Montigalà.
IKEA GRAN VIA, BARCELONA: L'Hospitalet Districte Econòmic.
Entrada de vianants: Av. de la Gran Via, 115-133. Entrada de cotxes: c/ Clàncies, 100.
Horari diumenges i festius autoritzats de 10.00 a 22.00 h. www.IKEA.es



Printed and distributed by NewspaperDirect
www.newspaperdirect.com Tel: +34 91 177 0000000000 0000000000