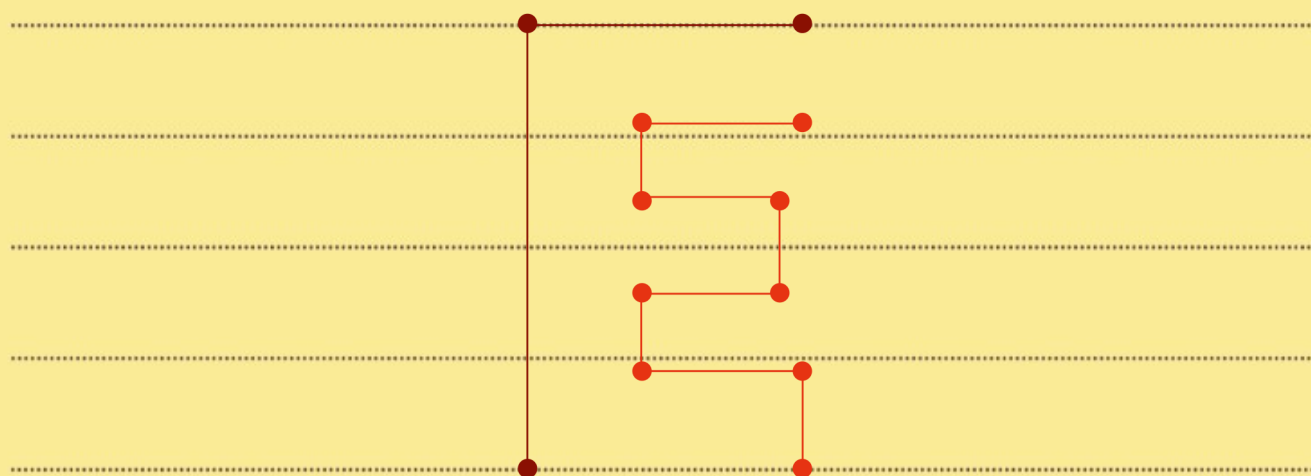




El mercat global de turisme mèdic

2024

Metodologia



Objectiu

Analitzar el mercat global de turisme mèdic i l'impacte econòmic entre el 2020 i el 2030, mitjançant una anàlisi històrica i una previsió de futur. La recerca es divideix en quatre àmbits: regió, proveïdor, tractament i grup d'edat.



Realització

Anàlisi de 4 regions mundials i dels països que inclouen: Amèrica, Europa, Àsia-Pacífic i l'Orient Mitjà i Àfrica.

Metodologia

L'estudi s'ha fet seguint un procés de recerca de tres passos: recerca secundària en estudis i informes de tercers, estimacions de mercat i recerca primària a través d'entrevistes amb experts en la indústria.

Univers

Empreses relacionades amb el turisme mèdic i els turistes que es desplacen per aquest motiu a escala mundial.

El mercat global del turisme mèdic

El mercat

El turisme mèdic és la pràctica de viatjar a un altre país per rebre tractament mèdic o procediments de salut.

El mercat abasta una àmplia gamma d'interessats, com ara hospitals, clíniques, proveïdors de serveis sanitaris, agències de viatges, companyies d'assegurances i organismes governamentals, tots els quals contribueixen al creixement i desenvolupament d'aquesta indústria global.

CARACTERÍSTIQUES DEL MERCAT

Aquesta indústria es caracteritza per la seva àmplia cobertura, la diversitat d'opcions de tractament, l'èmfasi en la qualitat de l'atenció i en posar el focus a millorar l'experiència del pacient.

Els factors clau que impulsen el creixement d'aquest mercat inclouen els avenços en les infraestructures i tècniques sanitàries, les consideracions reguladores i els esforços de màrqueting estratègic per atraure pacients internacionals.

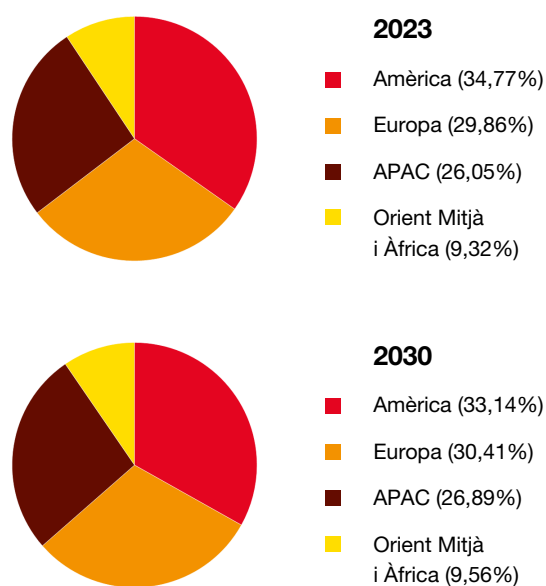
Àmbit global

Globalment, l'any 2023 el turisme mèdic va generar 47.670 milions de dòlars, un 8,32% més que l'any anterior.

Per regions, Amèrica concentrava la quota de mercat més gran amb un 34,77%, malgrat que en el futur s'espera que retrocedeixi unes dècimes. A continuació venia Europa amb una quota del 29,86%, la regió d'Àsia-Pacífic amb un 26,05%, i l'Orient Mitjà i Àfrica amb un 9,32%.

S'espera que totes tres regions augmentin la seva quota de mercat en detriment d'Amèrica.

Quota de mercat global segons regió

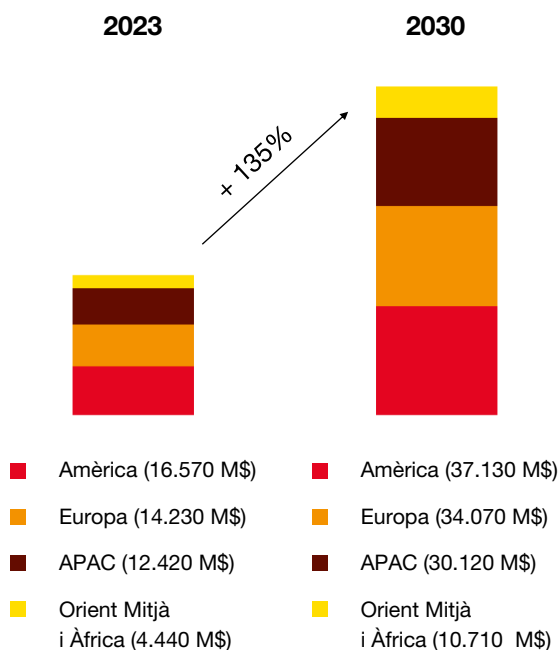


El mercat global del turisme mèdic

El 2030 es preveu que el volum de mercat de la indústria del turisme mèdic a escala global escali fins als 112.030 milions de dòlars. Això suposarà un creixement del 135% respecte al 2023.

Per regions, Amèrica creixerà un 124%; Europa un 139%; la regió d'Àsia-Pacífic un 142%, la que més creixerà; i l'Orient Mitjà i Àfrica un 141%.

Valor econòmic global segons regió



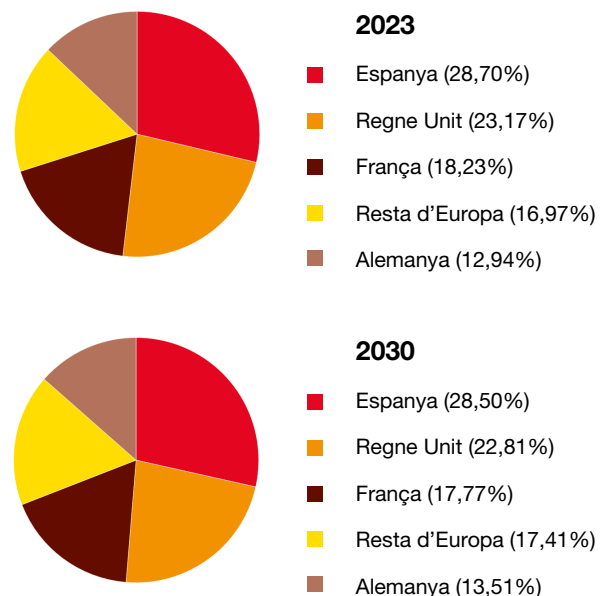
Segons les diferents verticals, globalment, la indústria és eminentment privada (63,27%) i els turistes són persones de més de 60 anys (52,87%) que viatgen per rebre un tractament mèdic (55,92%).

Àmbit europeu

La major part del turisme mèdic europeu és turisme mèdic domèstic dins d'un mateix país o cap a un altre país europeu. En el continent hi ha diverses destinacions destacades de turisme mèdic reconegudes per la seva avançada infraestructura sanitària, instal·lacions mèdiques de primer nivell i professionals altament qualificats.

Entre aquests països es troben Alemanya, França, Espanya, Suïssa i Turquia, cadascun dels quals ofereix avantatges únics. El 2023, quatre països concentraven el 83% de la quota de mercat, sent Espanya el país que encapçalava la classificació.

Quota de mercat europea segons país



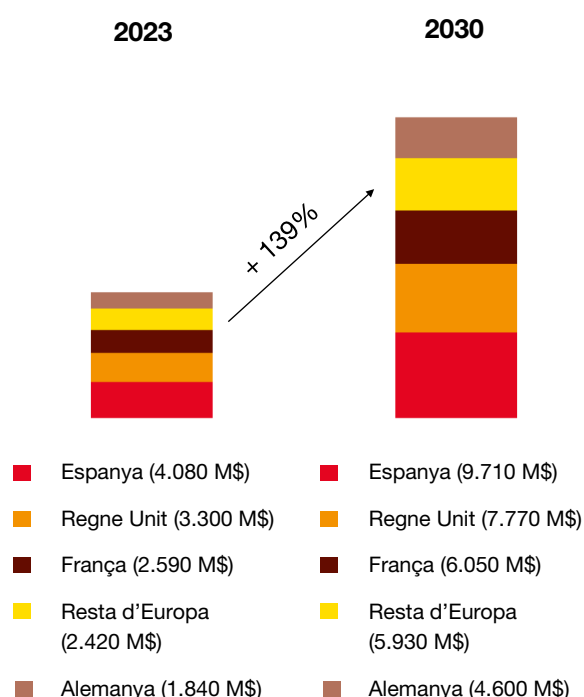
El mercat global del turisme mèdic

El 2023 el turisme mèdic a Europa va generar 14.230 milions de dòlars. Per al 2030 s'espera que l'impacte sigui de 34.070 milions de dòlars, un 139% més.

El creixement més pronunciat vindrà d'Alemanya, que passarà de generar 1.840 a 4.600 milions de dòlars, un 150% més, mentre que França només creixerà un 133%.

El mercat del Regne Unit creixerà un 135% malgrat el Brexit i l'adopció de controls fronterers.

Valor econòmic europeu segons país



CARACTERÍSTIQUES SEGONS PROVEÏDOR

El 2023, el 62,95% del valor econòmic del turisme mèdic a Europa el van generar proveïdors privats, mentre que el 37,05% restant l'originaren els públics. Això suposa uns 8.960 milions de dòlars *versus* uns 5.270 milions de dòlars, respectivament.

De cara al 2030 s'espera que la quota dels proveïdors privats augmenti en detriment dels públics.

CARACTERÍSTIQUES SEGONS TRACTAMENT

Els turistes que van viatjar a Europa per rebre un tractament mèdic van suposar un 56,15% de la quota de mercat. Un 24,16% va fer-ho per sotmetre's a tractaments cosmètics, mentre que el 19,69% restant ho va fer per rebre altres tractaments.

En el futur s'espera que la quota per tractaments cosmètics augmenti, mentre que els mèdics baixin unes dècimes. En xifres absolutes, els tractaments mèdics generaran més de 18.000 milions de dòlars i els cosmètics, més de 8.000 milions.

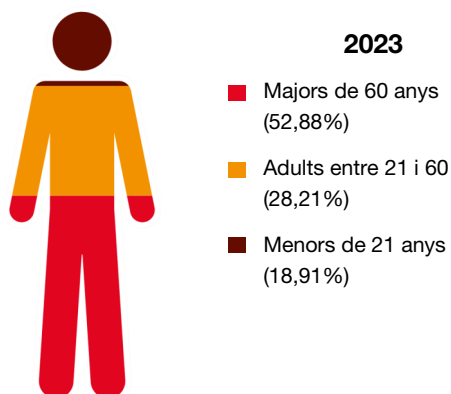
El mercat global del turisme mèdic

CARACTERÍSTIQUES SEGONS GRUP D'EDAT

No és sorprenent que el grup d'edat que més diners va generar el 2023, amb un 52,88% de la quota de mercat, fossin les persones majors de 60 anys. Darrere van quedar les persones entre 21 i 60 anys i els menors de 21, amb un 28,21% i un 18,91%, respectivament.

De cara a l'any 2030 es preveu que augmenti el nombre de turistes mèdics menors de 21 anys. El segment sènior es reduirà unes centèsimes.

Quota de mercat segons grup d'edat



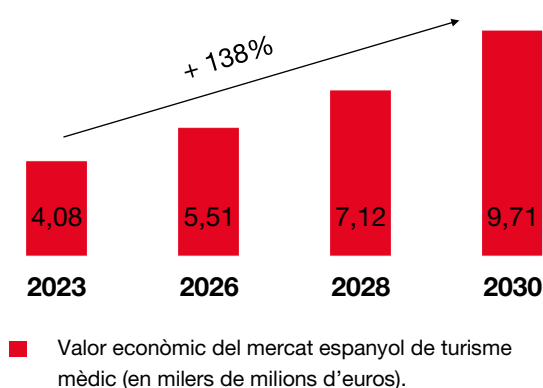
Europa atrau pacients que busquen tractaments i procediments especialitzats. La proximitat geogràfica del continent als mercats principals, juntament amb una bona xarxa de transport i una política de visats eficient la fa fàcilment accessible per a pacients internacionals que busquen serveis sanitaris.

Àmbit espanyol

Espanya és una destinació líder per al turisme mèdic, ja que ofereix serveis sanitaris d'alta qualitat.

El mercat del turisme mèdic espanyol va registrar un valor de mercat de 4.080 milions de dòlars el 2023, el 28,70% del mercat europeu. De cara al 2030 s'espera que Espanya continuï al capdavant, amb un valor econòmic de 9.710 milions d'euros, un 138% més.

Valor econòmic del turisme mèdic a Espanya



Cada cop són més els visitants estrangers que viatgen a Espanya procedents de l'Orient Mitjà, el nord d'Àfrica i les illes Britàniques. Molts d'ells venen per a tractaments ortopèdics, cosmètics i dentals.

El mercat global del turisme mèdic

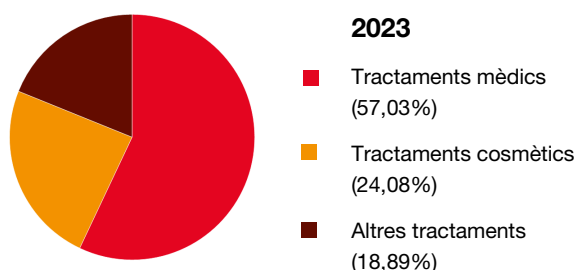
CARACTERÍSTIQUES SEGONS PROVEÏDOR

A Espanya, els proveïdors que més diners van generar el 2023 van ser els privats amb un 62,24%, lleugerament per sota de la mitjana europea i global. Els proveïdors públics computaven el 37,76%.

En valors absoluts, els proveïdors privats passaran de generar 2.540 milions de dòlars a 6.170 milions, un 143% més; i els públics passaran de 1.540 milions a 3.540 milions, un 129% més.

CARACTERÍSTIQUES SEGONS TRACTAMENT

Pel que fa als tractaments, el 2023 el mercat espanyol es va repartir de la manera següent :



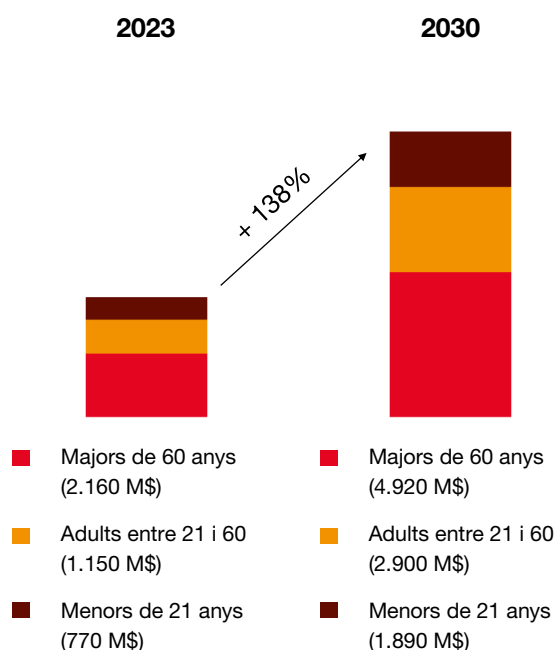
Els tractaments mèdics van generar 2.330 milions de dòlars, mentre que la resta va quedar per sota dels 1.000 milions. El 2030 es preveu que els tractaments mèdics generin 5.360 milions de dòlars, els cosmètics, 2.460 milions, i la resta, 1.890 milions.

CARACTERÍSTIQUES SEGONS GRUP D'EDAT

Seguint la tendència, l'any 2023 els turistes mèdics de més de 60 anys representaven el grup més gran amb un 52,81%. Els adults d'entre 21 i 60 anys computaven el 28,27% i els menors de 21 anys el 18,92%.

Entre el 2023 i el 2030, els tres grups augmentarien el valor econòmic. Els sèniors generaran un 127% més, els adults un 152% més, i els menors de 21 anys un 145%.

Valor econòmic espanyol segons grup d'edat



El mercat global del turisme mèdic

Espanya ofereix **instal·lacions de rehabilitació i recuperació de primer nivell**, especialment a les regions costaneres i en complexos de benestar. Els turistes mèdics que busquen recuperació postoperatoria o rehabilitació sovint trien Espanya pel seu **clima suau, paisatges escènics i entorns terapèutics**.

Espanya compta amb un nombre creixent de centres de medicina integrativa que combinen tractaments **mèdics convencionals amb teràpies complementàries** com l'acupuntura, l'aiurveda i l'assessorament nutricional. Aquest enfocament integrador atrau els turistes mèdics que busquen **experiències de salut holística**.

TURISME DE BENESTAR

La pandèmia ha marcat l'inici d'una nova era per a la indústria del benestar. Des de llavors, el turisme nacional de benestar ha augmentat significativament i la gent ha començat a fer vacances pensant específicament en la seva salut (tant física com mental).

La demanda d'allotjaments amb spa, massatges, tractaments, gimnàs i programes d'entrenament, d'estiraments i rehabilitació està en augment.

Factors de futur

FACTORS IMPULSORS

- **Disponibilitat de tractaments avançats**

La disponibilitat de tractaments mèdics avançats juga un **paper fonamental** en l'impuls del creixement del mercat global del turisme mèdic.

La reputació de les destinacions que ofereixen constantment **resultats mèdics excepcionals i teràpies innovadores** motiva encara més els pacients a optar per tractaments a l'estranger. Les recomanacions boca-orella, les experiències positives dels pacients i les històries d'èxit contribueixen a l'atractiu creixent d'aquestes destinacions de turisme mèdic, impulsant la demanda de pacients que busquen serveis sanitaris de qualitat.

- **Globalització i facilitat per viatjar**

La **creixent interconnexió del món**, facilitada pels avenços en transport, comunicació i tecnologia de la informació, ha transformat el panorama de la prestació de serveis sanitaris. Ara, els pacients tenen un **accés sense precedents a serveis sanitaris** més enllà de les seves fronteres, que obre un món de possibilitats a aquells que busquen tractament mèdic.

El mercat global del turisme mèdic

- **Augment dels costos sanitaris**

L'augment dels costos sanitaris és una força impulsora significativa darrere del creixement del mercat global del turisme mèdic.

Els pacients que s'enfronten a costos sanitaris elevats als seus països d'origen sovint busquen **opcions alternatives a l'estranger**, on els procediments mèdics poden ser més **assequibles** sense comprometre'n la qualitat.

La disponibilitat de **preus transparents i d'ofertes en paquets** permet als pacients planificar i pressupostar millor les seves despeses mèdiques. Els pacients poden comparar costos entre diferents proveïdors i triar les opcions que millor s'adaptin al seu pressupost i necessitats sanitàries. A més, algunes destinacions de turisme mèdic ofereixen **paquets "tot inclòs"** que cobreixen el transport, l'allotjament i altres aspectes logístics, la qual cosa augmenta encara més l'estalvi per als pacients.

FACTORS LIMITADORS

- **Preocupacions en seguretat i qualitat**

Tot i la presència d'hospitals i centres mèdics amb acreditació internacional, poden persistir dubtes sobre els **estàndards d'atenció i els protocols de seguretat**.

Els pacients poden preocupar-se pel risc de rebre un tractament inadequat o de baixa qualitat, cosa que podria comprometre els resultats per a la seva salut o provocar esdeveniments adversos.

La **percepció de la qualitat i la seguretat** pot estar influenciada per factors com les experiències prèvies, l'opinió de coneguts i les ressenyes en línia.

- **Idioma i barreres culturals**

Els problemes de comunicació a causa de les **diferències lingüístiques** poden crear diferents obstacles comunicatius tant per als pacients com per als professionals sanitaris. A més, les **diferències culturals** en les pràctiques, normes i expectatives sanitàries poden agreujar encara més la situació.

Abordar les barreres lingüístiques i culturals requereix enfocaments adaptats que reconguin i respectin la diversitat lingüística i cultural dels pacients. Els proveïdors sanitaris i els facilitadors del turisme mèdic poden **implementar estratègies** com ara oferir serveis d'interpretació, contractar personal multilingüe o utilitzar tecnologia d'interpretació lingüística.

El mercat global del turisme mèdic

Tendències

- **Telemedicina i consultes virtuals**

La telemedicina i les consultes virtuals ofereixen als pacients la **comoditat** d'accedir als serveis sanitaris de manera remota sense necessitat de desplaçar-se físicament.

S'eliminen els llargs temps d'espera per a cites presencials i s'assegura la continuïtat de l'atenció per als turistes mèdics.

Tot i aquests beneficis, hi ha diversos reptes que cal tenir en compte: les **barreres tecnològiques**, com la connectivitat a internet i l'accés a dispositius adequats, així com les complexitats en llicències i normatives que varien entre països i jurisdiccions.

A més, cal abordar amb cura les preocupacions sobre la **seguretat i la privadesa** en la transmissió i emmagatzematge de dades mèdiques sensibles, així com les limitacions dels exàmens virtuals en comparació amb les avaluacions presencials.

- **Medicina personalitzada i salut de precisió**

La medicina personalitzada i la salut de precisió són **tendències emergents** en el mercat global del turisme mèdic, impulsades pels **avanços** en la tecnologia mèdica, la genòmica i l'anàlisi de dades.

Aquest enfocament de l'atenció sanitària se centra a adaptar els tractaments mèdics i les intervencions a **les característiques individuals de cada pacient**, incloent-hi la seva composició genètica, l'historial mèdic, els factors de l'estil de vida i les influències ambientals.

La salut de precisió també inclou altres **tecnologies i tècniques avançades**, com ara el diagnòstic molecular, les proves de biomarcadors i les teràpies dirigides.

El mercat global del turisme mèdic

Model Porter de les cinc forces

PROVEÏDORS

El poder de negociació dels proveïdors de serveis sanitaris es veu moderat per factors com la competència entre proveïdors, la sensibilitat al preu i la disponibilitat d'opcions alternatives de tractament.

A més, els proveïdors de serveis sanitaris poden enfrontar-se a la pressió de mantenir preus competitius, millorar la qualitat del servei i diferenciar les seves ofertes per atraure i retenir pacients en el panorama altament competitiu del turisme mèdic.

NOUS COMPETIDORS

L'amenaça de nous competidors és baixa per les diferents barreres d'entrada. Aquests obstacles inclouen els alts requisits de capital inicial per establir instal·lacions sanitàries, obtenir acreditacions i invertir en tecnologia mèdica avançada.

A més, construir una reputació de marca sòlida i establir relacions amb pacients internacionals i proveïdors de serveis sanitaris requereix temps i recursos considerables.

RIVALITAT COMPETITIVA

PRODUCTES SUBSTITUTIUS

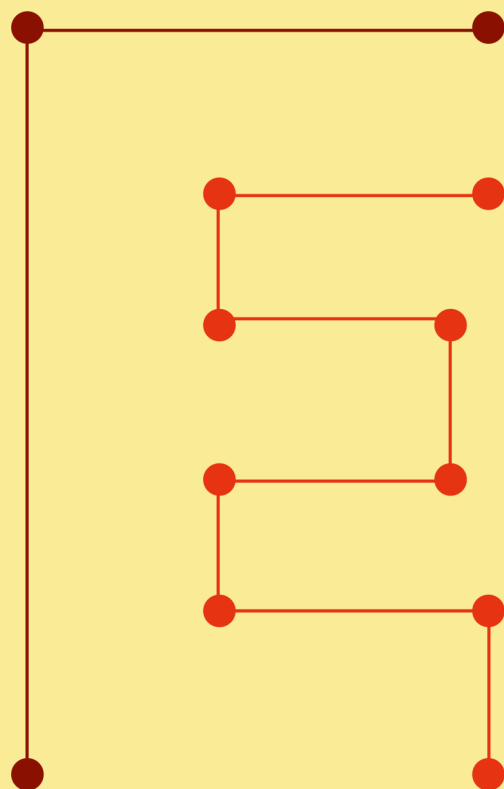
Tot i que els pacients poden tenir altres opcions per rebre tractament, com ara rebre'l al seu país o explorar altres destinacions de turisme mèdic, la disponibilitat de serveis sanitaris similars en termes de qualitat, cost i accessibilitat pot ser limitada.

A més, factors com els llargs temps d'espera, els costos elevats de la sanitat i la falta d'accés a tractaments especialitzats poden fer que les alternatives siguin menys atractives.

CLIENTS

Els testimonis de pacients, les agències de turisme mèdic i les plataformes d'internet són els mitjans pels quals els pacients poden obtenir informació sobre els proveïdors de serveis sanitaris, les alternatives de tractament i els costos.

Això exerceix pressió sobre els proveïdors per oferir preus competitius i tractaments d'alta qualitat, ja que ara les persones poden avaluar diversos proveïdors en funció d'aspectes com la qualitat, l'accessibilitat, la proximitat i la reputació.



b2b.catalunya.com