

Investigación periodística a profundidad

Turismo y Salud:  
La unión del futuro

Marisol Vergara Martínez

Melissa García Orrego

Asesor:  
Luís Aldana Vásquez

Universidad Católica Popular del Risaralda  
Facultad de Ciencias Sociales, Humanas y de la Educación  
Programa de Comunicación Social- Periodismo

Pereira

2010

## **Dedicatoria**

*Dedicamos este trabajo a Dios, quien nos dio la fortaleza, la fuerza y el tesón para culminar una de las etapas más hermosas y significativas de nuestras vidas.*

*A nuestras familias que de manera incondicional nos brindaron apoyo para sacar adelante nuestras metas y el sueño de ser Comunicadoras Sociales – Periodistas.*

*A todas las personas que nos acompañaron e hicieron posible este sueño.*

*Mil gracias para todos.*

### **Agradecimientos**

*Agradecemos a Dios por Darnos la fuerza que necesitábamos cada día y haber sido nuestra luz y motor en este proceso.*

*A nuestro colaborador incondicional Alejandro Salazar que siempre estuvo dispuesto a enseñarnos, solucionar nuestras dudas y brindarnos sus conocimientos.*

*A nuestro asesor Luis Aldana que siempre estuvo presente y dispuesto a solucionar nuestras dudas y brindarnos su ayuda para sacar adelante este documental.*

*Y a todos los que hicieron posible nuestra formación profesional.*

## Contenido

<b>Introducción</b>	09
<b>1. Contexto de investigación: Acerca del turismo de salud en Pereira</b>	10
<i>1.1 Las cirugías y el turismo</i>	10
<i>1.2 ¿Qué es exactamente esto del turismo de salud?</i>	12
<i>1.3 La promoción del turismo de salud</i>	14
<i>1.4 Turismo de salud en colombia</i>	15
<i>1.5 Barreras a derribar</i>	17
<i>1.6 Epicentros del turismo de salud</i>	19
<i>1.7 Pereira también le apuesta al turismo de salud</i>	21
<i>1.8 ¿Cómo surge el turismo de salud en pereira?</i>	22
<i>1.9 Sin fecha de nacimiento, pero ahí está</i>	23
<i>1.10 La promoción y la publicidad</i>	27
<i>1.11 Pereira en el contexto nacional</i>	29
<i>1.12 ¿Reconstructivas o estéticas?</i>	30
<b>2. Definición del proyecto</b>	33
<i>2.1 Título</i>	33
<i>2.2 Género de producción</i>	33
<i>2.3 Número de capítulos, emisión y duración</i>	33
<i>2.4 Tema</i>	34
<i>2.5 Focalización de la temática</i>	34
<i>2.6 Objetivos de la oferta</i>	35
<i>2.6.1 Objetivo general</i>	35
<i>2.6.2 Objetivos específicos</i>	35
<i>2.7 Público objetivo y otros beneficiarios</i>	35
<i>2.7.1 Público objetivo (target)</i>	36
<i>2.7.2 Beneficiarios</i>	36
<i>2.8 Descripción y exposición de la oferta</i>	36
<i>2.9 Sinopsis</i>	36
<i>2.10 Argumento final</i>	37
<i>2.11 Escaleta</i>	42

2.12 Tratamiento audiovisual	48
2.13 Perfil de personajes y/o testimoniantes	51
2.14 Cronograma	55
2.15 Diseño de presupuesto	56
<b>3. Diseño del Proyecto</b>	<b>58</b>
3.1 Guión Técnico	58
3.2 Informe de producción	61
<b>Conclusiones</b>	<b>63</b>
<b>Recomendaciones</b>	<b>64</b>
<b>Referencias</b>	<b>65</b>
<b>Apéndices</b>	<b>67</b>

## Lista de Tablas

Tabla 1. Cuadro de fuentes	51
Tabla 2. Cronograma	55
Tabla 3. Formato base presupuesto general proyectos audiovisuales	56
Tabla 4. Guión Técnico	58

## Lista de Apéndices

Apéndice A. Documental Audiovisual “Turismo y Salud: La unión del futuro 67  
( ver DVD)

## Resumen

El turismo y la salud se han convertido para la ciudad de Pereira en dos fenómenos de gran importancia para el desarrollo de diferentes áreas, por lo que se les ha estado prestando gran interés y atención desde distintas entidades con el fin de brindar un mejor servicio en ambas ramas, estos dos conceptos están ampliamente ligados y se pueden observar como un indicador económico, además de factor político- social de desarrollo humano tanto para Pereira como para otros países y ciudades del mundo.

El Turismo de Salud es definido como una acción en la que una persona de un país viaja a otro con el fin de buscar realizarse un tratamiento de tipo quirúrgico y a la vez disfrutar de los atractivos turísticos de la ciudad.

**Palabras Claves:** Turismo, salud, economía, oportunidades, desarrollo, social, cirugías, tratamientos, aspecto físico, aspecto emocional

## Abstract

Tourism and health have become for the city of Pereira in two events of great importance for the development of different areas, so that they have been paying great interest and attention from different entities in order to provide better service two arms, these two concepts are linked and can be widely seen as an economic indicator, as well as political and social factor of human development for both Pereira and for other countries and cities worldwide.

Health Tourism is defined as the action which a person travels from one country to another in order to seek treatment performed surgically at the same time enjoy the attractions of the city.

**Keywords:** Tourism, health, economy, opportunities, development, social, surgeries, treatments, physical appearance, emotional

## **Introducción**

El Turismo de Salud se ha catalogado como uno de los escenarios de desarrollo con mayor crecimiento e importancia en el ámbito mundial, convirtiéndose en una actividad económica que unifica dos sectores de gran importancia el turismo y la salud.

Esta nueva actividad ha favorecido a diversos sectores y países que vieron la facilidad de aumentar sus ingresos, las oportunidades laborales, utilizar sus hermosos paisajes y la buena prestación de servicios médicos, para atraer personas de todo el mundo que buscan opciones a la hora de practicarse sea un tratamiento estético, curativo o de bienestar, que además de ser más económicos, les da la opción de disfrutar y conocer nuevas culturas y de verse beneficiados con los mejores servicios en todas las ramas médicas.

Pereira también ha comenzado a ver la necesidad de formar parte del Turismo de Salud, aumentar y diversificar las ofertas turísticas y médicas, para comenzar a competir con otras ciudades no sólo de Colombia sino del mundo para ser elegido como un destino turístico y médico.

## 1. Contexto de Investigación: Acerca del Turismo de Salud en Pereira

Algunos pensarían que no existe ninguna relación entre el turismo y la salud, mientras otros, por el contrario, tienen presente que estas dos actividades se han convertido en pilares del fortalecimiento de la salud en todas sus ramas y de una nueva estrategia económica, que se desarrolla a nivel mundial y se da a conocer como turismo de salud. Este es el caso de Pereira, una de las tantas ciudades del Colombia que se han beneficiado de este nuevo mercado.

El ser humano desde siempre ha deseado tener el dominio no sólo sobre su mentalidad sino también sobre su apariencia, de esta manera se empezó a desarrollar una práctica conocida desde hace unos 3000 años a.c. y posteriormente fue denominada cirugía estética que tiene sus orígenes en la medicina general; evidencia de estas primeras intervenciones del cuerpo fueron plasmadas en jeroglíficos que destacan las incursiones en el mundo de una nueva técnica que apenas dibujaba su razón de ser.

La cirugía plástica tras muchos siglos y descubrimientos fue por fin destacada como una especialización médica, que tiene como meta fundamental obtener la armonía del cuerpo no sólo a nivel estético sino también a nivel funcional.

El incremento en la implementación o posicionamiento de la cirugía plástica se basa en que:

Este es un fenómeno que responde a muchos factores entre ellos el desarrollo de sus técnicas, a la mejora de su tecnología y del instrumental que se emplea, a la mejor calificación profesional de los médicos y, obviamente al mayor nivel cultural y económico de la población” ( Discovery salud, El auge de las cirugías (en línea), español, recuperado el 21 de septiembre de 2009 de [www.tudiscoverysalud.com](http://www.tudiscoverysalud.com))

### *1.1 Las Cirugías y el Turismo*

En ocasiones, la cirugía plástica ha sido vista por muchos como un tributo a la vanidad y al culto del cuerpo, pero en realidad esta práctica médica ayuda a aquellos pacientes que desean mejorar sus defectos congénitos y a personas que por causa de un accidente

perdieron la función normal de alguna parte de su cuerpo. Es así como la cirugía plástica se divide en dos campos:

- Cirugía reconstructiva
- Cirugía estética o cosmética

Estas dos ramas de la cirugía plástica han transformado tanto la apariencia de millones de personas que se practican a diario estos procedimientos médicos, como el comportamiento de la economía a nivel mundial, destacándose entre los dos tipos de cirugía, la práctica estética o cosmética. Colombia no ha sido ajena a estos cambios, un indicador se expresa en investigaciones como la realizada por FENALCO acerca de Cali Exposhow, al señalar cómo:

Este procedimiento tiene un importante impacto debido a que se encuentra relacionado con diferentes actividades que contribuyen a una mayor dinámica en el mercado. Así, se involucran en su desarrollo otras actividades como: compra y venta de farmacéuticos, clínicas, seguros médicos, materiales quirúrgicos, entre otras. Y un importante sector que es el principal motor de desarrollo para este tipo de procedimientos: la tecnología. (Federación nacional de comerciantes, pag 2, 2007 (en línea), Español, recuperado el 5 de septiembre de 2009 de [www.fenalcovalle.com](http://www.fenalcovalle.com)).

La cirugía se ha esparcido por todo el mundo, llegando a comprobarse que no sólo los países donde las personas tienen mayor capacidad de adquisición y compra son los únicos que demandan estos procedimientos. Un caso que demuestra el ímpetu en el crecimiento y la expansión de la cirugía alrededor del mundo es América Latina que “presenta una participación del 47% de operaciones a nivel mundial, en donde las mujeres representan el 88.9% del mercado y los hombres un 11,1%”. (Fenalco, 2007, pág 3).

Al identificar que los números de pacientes tanto hombres como mujeres presentan un crecimiento en muchos países del mundo, se puede comenzar a hablar de un fenómeno que ha venido creciendo a través de los años reflejándose en los comportamientos económicos importantes, ya que ésta práctica se convirtió en un mercado que día a día inyecta a la economía mundial millones de dólares.

Una cifra de las altas sumas de dinero que se manejan en el mundo de las cirugías es visibilizada en el artículo “Cambio extremo en cirugía plástica estética”, escrito por la periodista Olga Lucia Muñoz López del periódico El Pulso.

Es natural el reflejo del florecimiento de esta industria que aunque no registra estadísticas precisas, se trata de un mercado que mueve anualmente más de US\$ 400 millones de dólares sólo en Colombia y los norteamericanos están gastando la alarmante suma de US\$ 15.000 millones de dólares por año en cirugía estética en un frenesí demencial de embellecimiento. La suma duplica el Producto Interno Bruto (PIB) de Malawi y es más del doble de lo que Estados Unidos aportó a los programas de lucha contra el SIDA en la última década”. (Periodico el pulso, el periodico para el sector salud, diciembre de 2008, Cambio extremo en cirugía plástica estética (en línea), español, recuperado el 7 de septiembre de 2009 de <http://www.periodicoelpulso.com/html/dic06/debate/debate-01.htm>).

El desarrollo del mercado de los tratamientos quirúrgicos lleva a fomentar planes estratégicos en diversos países del mundo que pensaron en la posibilidad de unificar dos sectores importantes, el del turismo y el de la salud. Es de esta manera que surge el turismo de cirugías como un plan estratégico de salud que está dedicado específicamente a aquellas personas que desean viajar, divertirse y practicarse un procedimiento quirúrgico.

El turismo y la salud son dos conceptos ampliamente ligados que se pueden observar como un indicador económico, además de factor político- social y de desarrollo humano en cualquier país.

### *1.2 ¿Qué es exactamente esto del Turismo de Salud?*

El Turismo de Salud se define como una actividad en la que personas domiciliadas en un país viajan a otro para practicarse algún tipo de procedimiento quirúrgico. En el Resumen Ejecutivo sobre Turismo de Salud en Colombia, realizado por Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se define esta actividad como “[el] proceso en el cual una persona viaja con el objetivo específico de recibir servicios de salud en un país diferente a aquel en el que reside”.(Ministerio de comercio, industria y

turismo, resumen Ejecutivo (junio 2009). Desarrollando sectores de clase mundial en colombia, pag 16).

Este mismo documento sostiene que el Turismo de Salud está compuesto por cuatro categorías que son: medicina curativa, medicina preventiva, medicina estética y la cuarta es bienestar, cada una de estas tiene características que las diferencian entre sí.

Algunas veces las personas quieren tratarse respecto a alguna preocupación médica en particular y acuden a la medicina curativa que “promueve la buena salud de las personas a través de múltiples modalidades para tratar, entender y mejorar la calidad de vida con una enfermedad”. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Desarrollando sectores de clase mundial en colombia, Resumen Ejecutivo, 2009, pág 17).

La medicina preventiva es aquella en la que los pacientes quieren mejorar su salud y prevenir cualquier tipo de enfermedad, en tanto que la medicina estética está al servicio de las personas que quieren sentirse o verse mejor consigo mismas. Por lo tanto, es una medicina que genera satisfacción a cada paciente en su aspecto físico.

Y la categoría de bienestar es cuando las personas quieren sentirse bien emocionalmente y para lograrlo hacen algo por ellas mismas tanto en su parte social como espiritual y física.

Cada una de estas categorías del Turismo de Salud tiene unos logros económicos y genera una cifra específica de turistas a nivel mundial. La medicina curativa representa una ganancia de 1.000 millones de dólares con proyecciones de crecimiento entre un 20% y 30% en cinco años. Sin embargo, las categorías estética y preventiva generan un mayor número de turistas que la curativa. Por su parte, la categoría de bienestar es la que mayores ingresos genera y la que mayor número de turistas promueve.

Gracias a la implementación del Turismo de Salud se han creado compañías, páginas web y diversas organizaciones que brindan diferentes servicios, más conocidos como planes de turismo, que van desde hoteles privados, cabañas en lugares campestres

hasta clínicas, *spa*, entre otros. Estos planes pueden variar dependiendo de las necesidades del cliente.

Los lugares elegidos para la realización de cirugía estética dependen de muchos factores que los hacen más llamativos para las personas que buscan realizar este tipo de viajes, entre estos se destacan los precios en las cirugías estéticas, la calidad de los procedimientos y el atractivo turístico. Algunos países que ofrecen este tipo de servicios son: “Colombia (Cali), Argentina, Brasil Costa Rica, República Dominicana, Malasia, México, Filipinas, Polonia, Sudáfrica y Tailandia. Estas naciones cuentan con una amplia oferta de paquetes de vacaciones, desde “safaris y cirugía” hasta “viaje tropical y paisajístico”. (FENALCO, 2007, pág 2).

Cuando se plantea el Turismo de Salud, los países interesados en ser reconocidos por el desarrollo de éste, generan estrategias para lograr su cometido, que se basan en el fortalecimiento de su red hospitalaria, clínicas y *spa*. Se debe además contar con un adecuado servicio de soporte que conste de agencias de viajes, restaurantes y transporte, buscando conformar un grupo multisectorial que esté enfocado a investigar y afrontar todos los problemas referentes al turismo de salud. Este grupo de sectores debe estar conformado por las empresas de servicios médicos, empresas de turismo, profesionales de la salud y de la estética, colegios médicos, proveedores y dependencias del gobierno.

### *1.3 La promoción del Turismo de Salud*

Los diferentes países que desarrollan este tipo de turismo tienen en cuenta que la publicidad es de gran importancia para dar a conocer sus servicios en este campo, técnicas como el voz a voz o portales en Internet se han convertido en las principales formas de publicidad, así como el desarrollo de una campaña publicitaria que puede estar constituida por imagen y mercadotecnia, responsabilizándose del diseño y ejecución de la estrategia de promoción y posicionamiento.

Para el posicionamiento del producto, en este caso el Turismo de Salud, es importante plantear una logística que se encargue de impulsar y regular los programas de mejoramiento de la infraestructura tanto en el sector hotelero como en el de salud.

La incorporación de un mercado y una base publicitaria han hecho que el Turismo de Salud a nivel mundial sea reconocido y aprobado por las personas que con más frecuencia viajan a otros destinos a realizarse tratamientos estéticos y médicos de cualquier índole. Una herramienta fundamental para publicitar este mercado en diversos lugares del mundo se basa en la construcción de páginas web. Un ejemplo de este tipo de páginas son: [www.tripadvisor.es](http://www.tripadvisor.es) de Venezuela, [www.abaxtravel.com.ar](http://www.abaxtravel.com.ar) de Argentina, [www.ejesalud.com](http://www.ejesalud.com) y [www.caribeantropicalin.com](http://www.caribeantropicalin.com) de Colombia, entre otras páginas que son realizadas en Latinoamérica.

Los países latinoamericanos gozan de prestigio y reconocimiento a nivel mundial por la gran cantidad de especialistas y tecnología de punta que poseen para realizar los procedimientos con alta calidad y el mayor profesionalismo. Entre los países más visitados por extranjeros para realizarse cirugías estéticas están: Argentina, Brasil, Costa Rica y Colombia, que además de tener paisajes hermosos y adecuaciones hoteleras aptas para el turismo, también poseen calidad en los servicios estéticos.

Estados Unidos es uno de los países líderes a nivel mundial en realización de cirugías estéticas. España también ocupa un lugar significativo en la realización de tratamientos quirúrgicos, de igual manera se encuentran México y Malasia que empiezan a incursionar fuertemente con el tema de Turismo de Salud.

#### *1.4 Turismo de Salud en Colombia*

En Colombia la creciente demanda del turismo, principalmente en algunas de sus ciudades más importantes como Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Pereira, ha empezado a establecerse como una oportunidad para el desarrollo de la economía nacional, el fortalecimiento de las culturas, el cuidado del medio ambiente y la inversión en nueva infraestructura.

El país se cataloga a nivel mundial como “uno de los diez mejores destinos por conocer y el secreto mejor guardado del turismo mundial, Colombia ofrece a sus visitantes y residentes, diversidad de alternativas a nivel musical, gastronómico, turístico y artesanal, que durante los últimos años la han afianzado en el sector turístico.” (Asociación nacional de turismo (en línea) Español, recuperado el 4 de

septiembre

2009

de

[www.anato.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=111&Itemid=2](http://www.anato.org/index.php?option=com_content&view=article&id=111&Itemid=2)).

Es así como el turismo en sentido general, según Proexport, se ha convertido en la tercera actividad industrial más importante para el desarrollo económico del país donde cada ciudad, teniendo en cuenta sus cualidades o fortalezas turísticas, se compromete a promocionarse en sus fuertes atractivos, tales como la aventura, el avistamiento de aves o animales exóticos, deportes extremos o náuticos, la ecología, la floricultura, y entre éstos aparece también, el Turismo de Salud.

Esta modalidad día a día toma más fuerza y se posiciona como uno de los mercados más importantes para el país, atrayendo cada vez más turistas e incrementando el nivel de inversión y profesionalización a nivel nacional. *“Colombia tiene hoy la oportunidad de desarrollar su sector de Turismo de Salud y generar al menos al menos US\$ 6.3 Mil Millones en ingresos, multiplicando el sector 50 veces y atrayendo al menos 2.8 Millones de turistas en el año 2032, multiplicando 55.62 veces el número de turistas de salud que visitan al país.”* (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Desarrollando sectores de clase mundial en Colombia, 2009, pág 15).

El crecimiento y la demanda de este tipo de turismo tiene sus raíces en una visión del sector económico del país para estar a la par con diferentes ciudades del mundo, que además de promocionar el Turismo de Salud, son ya reconocidas como grandes mercados a nivel mundial. Entre estos países se encuentran Malasia y México que alcanzan una tasa de crecimiento del 17% anual.

El Turismo de Salud en Colombia a pesar de su notorio crecimiento en los años recientes, es aún un tema primario debido a que son pocas las personas de otras partes del mundo que eligen este país para practicarse un tratamiento médico, a la vez que hacen turismo. *“Sólo el 2.2% de los turistas que visitan al país son turistas de salud. En el 2008, vinieron a Colombia entre 4,100 y 7,000 pacientes de las categorías de medicina y 44,800 en busca de procedimientos de bienestar.”* (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Desarrollando sectores de clase mundial en Colombia, 2009, pág 17).

Por tanto, para alcanzar esta aspiración de reconocimiento y crecimiento en el mercado mundial, es necesario que se empiecen a desarrollar planes que le permitan a Colombia no sólo posicionarse para ser parte activa y competitiva ante países con los mismos fines de desarrollo en este sector, sino que además le ayuden a eliminar debilidades que limitan el progreso del Turismo de Salud.

La ventaja en este aspecto radica en que diferentes entidades, tanto privadas como públicas del país, han adoptado un compromiso con respecto al tema. El gobierno nacional, por ejemplo, ha hecho sus aportes al desarrollo de este mercado generando tres zonas francas hospitalarias y facilidades de inversión. Para el artículo Turismo de Salud, “La Próxima Frontera”, publicado por la Revista La Barra, el funcionario del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo encargado del tema de Zonas Francas de Salud, Julio Rodríguez, sostuvo que “a la fecha [junio de 2009] se han constituido 3 zonas francas: la Ciudadela Salud, que se encuentra en Sopó y fue aprobada bajo el antiguo régimen, La Clínica San Vicente de Paúl en Rionegro, Antioquia y Portoazul de Colmédica, ubicada en Barranquilla”.

De igual manera el Ministro de Industria, Comercio y Turismo, Luis Guillermo Plata, se ha pronunciado sobre el tema diciendo que hay que apoyar todos los proyectos que promuevan la llegada de pacientes extranjeros buscando aprovechar las garantías que se tienen en área de la salud.

Entre dichas ventajas o garantías resaltan la infraestructura hospitalaria que además de ser la adecuada para realizar cualquier tipo de procedimiento quirúrgico está a la vanguardia de cualquier cambio tecnológico. También se cuenta con personal médico profesional y uno de los aspectos más importantes, y que más demanda genera en los mercados internacionales, son los precios bajos, “Colombia y más específicamente la ciudad de Cali es reconocida a nivel mundial por sus excelentes resultados, la seguridad y el profesionalismo con que se practican las cirugías plásticas y por sus bajos precios” (FENALCO, 2007, pág 3).

### *1.5 Barreras a derribar*

Sin embargo, en el Resumen Ejecutivo sobre Turismo de Salud realizado por el

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, se encuentra que Colombia debe superar algunas barreras para lograr tener altos niveles de competitividad. Entre estas barreras se menciona que la calidad percibida en el exterior no es la suficiente para que Colombia sea considerada destino de talla internacional, debido a que *“es el único país que no cuenta con instituciones prestadoras de servicios de salud acreditadas internacionalmente”*, (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Desarrollando sectores de clase mundial en Colombia, 2009, pág 23). y esta acreditación es de gran utilidad para comercializar la calidad de los servicios de salud.

Entre otras barreras mencionadas en el Resumen Ejecutivo sobre Turismo de Salud se encuentra que en Colombia la infraestructura hospitalaria y hotelera no es la suficiente para recibir una cantidad considerada de turistas de salud. También se menciona la falta de recursos humanos capacitados para atender a los pacientes de otros países *“se estima que hoy en día hay un déficit de al menos 2.184 médicos y que esta brecha entre oferta y demanda seguirá aumentando”*. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Desarrollando sectores de clase mundial en Colombia, 2009, pág 23).

Además en el mismo texto, se menciona que al personal profesional del país le hace falta manejar un bilingüismo, lo que dificulta la prestación del Turismo de Salud a países que manejen un idioma diferente al español; haciendo una comparación con otros países se encuentra que *“Colombia cuenta con un nivel de bilingüismo del 55% en médicos y 8% en enfermeras vs. 80% y 50% respectivamente en Tailandia y 100% en ambas profesiones en India”*. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Desarrollando sectores de clase mundial en Colombia, 2009, pág 24).

Aunque día a día se han estado creando estrategias para mejorar o cambiar la imagen de inseguridad que se tiene de Colombia a nivel mundial, es de anotar que este es uno de los principales problemas o limitantes para que personas de otras partes del mundo viajen a este país, debido que, aún hoy, Colombia se encuentra, según el ranking de Forbes entre los 10 destinos más inseguros a nivel mundial, lo que genera una percepción de mayor riesgo que otros países y por tanto dificulta la llegada de turistas de salud.

De esta manera queda claro que sobre esta estrategia de desarrollo, existen

obstáculos que de una u otra manera dificultan su buen funcionamiento y el total compromiso por parte de las diferentes entidades relacionadas con el tema. Para que Colombia logre posicionarse como un sector de talla mundial en el tema de turismo de salud, es de gran importancia que supere y fortalezca cada una de estas falencias.

A pesar de las dificultades ya mencionadas, el Turismo de Salud en Colombia cada día toma más reconocimiento, estableciéndose como el preferido por los extranjeros para practicarse una lipoescultura.

Además cuenta con el aval de la Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica, Estética y Reconstructiva en Colombia, que reúne a médicos capacitados y con requisitos importantes a seguir para hacer parte de esta agremiación, “si pertenece a la Sociedad es porque reúne las condiciones necesarias científicas y de entrenamiento”. (Sociedad Colombiana de Cirugia Plastica, estetica y recostructiva, (en linea), recuperado el 10 de septiembre de 2009 de [www.cirurgiaplastica.org.co](http://www.cirurgiaplastica.org.co)).

En Colombia se estima que hay más de setecientos cirujanos especializados que realizan más de diez mil intervenciones en la rama de la estética, una cifra que ha crecido un 600 por ciento, mejorando la oferta y demanda de las cirugías plásticas, y por tanto del Turismo de Salud.

Este reconocimiento que poco a poco Colombia cosecha ante el mundo, genera que las ciudades del país con fortalezas turísticas y hospitalarias empiecen a estar a la vanguardia de las necesidades que implica el Turismo de Salud.

### *1.6 Epicentros del Turismo de Salud*

Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Pereira son las ciudades que más han estado aportando al desarrollo del Turismo de Salud en Colombia, debido a que son ciudades que además de tener atractivos turísticos tienen la capacidad para responder a lo que se necesita para implementar el turismo de este tipo, a través de acciones como la construcción y embellecimiento de clínicas, *spa* y hoteles, la capacitación y profesionalización del personal, la existencia de agencias de viaje, entre otros aspectos.

El artículo publicado por la Revista La Barra establece que: “Cali es, junto con las ciudades del eje cafetero, una de las pioneras en el tema, pues se han invertido, según FENALCO Valle, cerca de 100.000 millones de pesos en la construcción de 40 clínicas y centros de estética” (Revista la Barra, Turismo de Salud, La próxima frontera, 2006, pag 3 (en línea), Español, recuperado el 12 de septiembre de 2009 de [www.revistalabarra.com.co/larevista/edicion-33/hoteles-y-casinos-2/turismo-de-salud-la-proxima-frontera.htm](http://www.revistalabarra.com.co/larevista/edicion-33/hoteles-y-casinos-2/turismo-de-salud-la-proxima-frontera.htm)).

La ciudad colombiana con más reconocimiento en Turismo de Salud es Cali, debido a que es una de las ciudades más dinámicas del país y con el mayor número de clínicas y centros médicos.

Los entidades prestadoras de estos servicios cada vez toman más conciencia de la importancia y la utilidad del desarrollo del Turismo de Salud, por lo que se empiezan a forjar alianzas entre interesados que ayudan para el fortalecimiento de esta estrategia en la ciudad o el país y la buena imagen de organización y compromiso. Tal es el caso de Quality Med Ltda. y Sanitas & Estetic a nivel nacional, Export Health en Armenia, Eje Salud en Pereira y la Corporación de la Ciencia del Cuerpo y la Belleza (Cbel) en Bogotá.

Gracias a este tipo de alianzas ya se conocen paquetes de los servicios que se ofrecen en Colombia y en sus ciudades, como el tipo y costo de cirugía, los hoteles, las clínicas, los médicos, las agencia de viajes, los lugares turísticos.

Estos paquetes, ofrecidos al público, se pueden dividir en dos categorías, según la agencia de Caribbean Tropical Intercontinental:

La primera es “Paquetes Todo Incluido” en la cual se pueden observar características como el recibimiento y traslado del aeropuerto al hotel, alojamiento (desayuno, almuerzo y cena), atención personalizada por los médicos y especialistas, asistencia médica de urgencia 24 horas al día, desplazamiento a la clínica (si es necesario), tour por la ciudad, procedimientos quirúrgicos, quirófano, anestesiólogo, enfermera personalizada (si es requerido), centro de estética (Masaje Post-Operatorios), controles post-quirúrgicos, fajas moldeadoras (post-quirúrgicas), guía turística e

intérprete, entre otros beneficios que pueden ser adquiridos por el paciente.

La segunda categoría es el “Paquete Sólo Procedimientos”. Este programa incluye todos los servicios médicos y paramédicos, desplazamiento a la clínica, procedimiento quirúrgico, honorarios cirujanos plásticos y especialistas, quirófano, anesthesiólogo, masajes y control post-quirúrgico, fajas moldeadoras y un obsequio sorpresa.

En Colombia se ha venido experimentando, como ya se ha mencionado, una creciente economía basada en el Turismo de Salud y principalmente en la práctica de cirugías estéticas y reconstructivas, que cada vez más se consolida en muchas de las ciudades comerciales y turísticas del país como es el caso de Pereira.

### *1.7 Pereira también le apuesta al Turismo de Salud*

Pereira se ha constituido como una de las ciudades más importantes en el comercio a nivel nacional, ya no sólo por su aspecto de ser lugar de paso obligatorio para otras partes del país sino además por su crecimiento significativo en la educación y en la transformación urbana, que han aportado al reconocimiento de la ciudad en otras partes tanto de Colombia como del mundo.

La reconstrucción del centro de la ciudad, conocido anteriormente como la Galería y ahora llamado Complejo Urbano Ciudad Victoria, ha contribuido al mejor desarrollo económico de ésta y a grandes transformaciones en diferentes aspectos, tales como: infraestructura, renovación urbana, movilidad, la forma de hacer negocios y la manera como los pereiranos viven su ciudad, lo que hace que Pereira ya no sólo dependa económicamente del café o el mercado textil sino de otras actividades comerciales.

Gracias a que ahora la ciudad cuenta con hipermercados, almacenes de cadena, modernos centros comerciales, distribuidoras nacionales e internacionales y grandes industrias exportadoras de la mejor confección de reconocimiento internacional, se ha catalogado como la capital comercial del Centro Occidente, y se ha ganado una connotación de ciudad prestadora de servicios y generadora de industria.

### 1.8 ¿Cómo surge el Turismo de Salud en Pereira?

La Gobernación del departamento de Risaralda, al ver las capacidades comerciales y el avance de la ciudad, se ha puesto en la tarea de promocionar y dar a conocer todos los atractivos que se tienen. Es de esta manera como surge la idea de realizar una unión de atractivos para vender el departamento con diferentes tipos de turismo. Carlos Andrés Gil, Director de Turismo de Risaralda, comenta al respecto:

Nosotros vimos que lo que estaban haciendo las ferias era vender las camas, vender hospedaje, y veíamos que realmente lo que el departamento necesitaba era empezar a posicionar productos turísticos para que la gente tuviera unas actividades muy puntuales que hacer acá, dentro de eso nosotros dijimos vamos a posicionar entonces en Risaralda el turismo de avistamiento de aves, el turismo de naturaleza, turismo de aventura, turismo de salud y turismo cultural y de patrimonio arqueológico.

La ciudad de Pereira, por ser considerada la ciudad comercial de la región, se ha unido a estos tipos de turismo, principalmente al desarrollo y promoción del Turismo de Salud, donde además de aprovechar su capacidad hotelera y paisajística, puede utilizar su infraestructura clínica, sus *spa* y todo lo relacionado con este tema.

La idea de crear y promocionar el Turismo de Salud en la ciudad, surge, como lo afirma Gil:

porque Pereira se ha ido consolidando como una ciudad que tiene uno de los mejores equipos médicos y de personal humano del Eje Cafetero y que ya tenemos por fuentes de FENALCO, fuentes de la Cámara de Comercio registro de que muchos extranjeros, sobre todo nacionales que vuelven a su ciudad se están haciendo los tratamientos quirúrgicos acá, y como se ha venido desarrollando este mercado, muchas fincas ya tienen tratamientos post-operatorios.

Por otra parte, el Secretario de Salud Departamental Javier Darío Marulanda Gómez, sostiene que el Turismo de Salud en Risaralda, específicamente en Pereira, se

empieza a desarrollar debido a que:

es un muy buen destino turístico y también es un muy buen destino para procedimientos quirúrgicos, todo se comenzó a dar con el fenómeno migratorio que tiene el departamento y ciertos procedimientos tanto estéticos como procedimientos de enfermedades que necesitaban intervención y que salían muy costosos en el exterior y en este departamento salía a menos precio y con una muy buena calidad.

El gerente de Eje Salud, Pablo Henao, establece que el Turismo de Salud en Risaralda y en el resto del país, toma fuerza debido a que muchas personas tanto colombianas residentes en otras partes del mundo como extranjeros, empezaron a notar que las cirugías en el país eran más económicas y de muy buena calidad. Además, una de las características más importantes de su desarrollo en este campo, es ser pionera a nivel latinoamericano y mundial en la realización de transplantes. “En Colombia se realizó el primer transplante de intestino delgado a nivel mundial, también se realizó un [primer] transplante de laringe”, confirma Henao.

### *1.9 Sin fecha de nacimiento, pero ahí está*

No existe una fecha exacta que indique en qué año se empieza a desarrollar el Turismo de Salud en la ciudad. Tanto el Director de Turismo Departamental, Carlos Andrés Gil, como el Secretario de Salud, Javier Darío Marulanda Gómez y el gerente de Eje Salud, Pablo Henao, coinciden en no poder establecer desde qué año se comienza a hablar sobre este tema en la ciudad. Lo que sí se tiene claro es que este mercado se empezó a desarrollar de manera desarticulada, puesto que los médicos y especialistas además de realizar las cirugías o los tratamientos estéticos, ofrecían valor agregado a sus tratamientos como el hospedaje y sitios turísticos. Pablo Henao señala que “el turismo de salud lleva muchos años pero de una manera muy desorganizada, cada profesional se encargaba de atender los pacientes que los mismos pacientes le llevaban y, estos médicos, vieron la necesidad de prestar una mejor atención, de esta manera se empiezan a adecuar fincas y apartamentos”.

Es de anotar que la ciudad aún no tiene gran reconocimiento a nivel nacional e

internacional, pero poco a poco está empezando a clasificarse dentro de las ciudades líderes en Turismo de Salud. Así lo afirma el esteticista Juan Alberto Tangarife:

Antes decíamos que a nivel de ciudades la primera era Cali que es una de las fuentes grandes de la estética pero pensamos ahora que Pereira está, o si no está en el primer ya está en el segundo lugar porque ha incrementado demasiado, ya muchas personas, que debido a los buenos cirujanos que tenemos y a los buenos esteticistas, se está viniendo para acá y hemos comprobado que gente de Bogotá se está viniendo para Pereira a operarse y gente de otras ciudades como Manizales, Armenia e inclusive de la Costa.

De igual manera lo expresa el Secretario de Salud Departamental, Javier Darío Marulanda:

Risaralda se ha venido destacando, poco a poco en los últimos años, en prácticas de estética y en prácticas quirúrgicas con gran reconocimiento a nivel nacional e internacional y creemos que no solamente podemos prestar estos servicios a nuestros usuarios y a nuestros pacientes sino además a los de cualquier otra parte de manera integral, que permita no solamente la actividad principal sino el post operatorio la recuperación y de una vez aprovechar las ventajas que tiene una tierra como la nuestra.

Con el fin de lograr un posicionamiento más fuerte de Pereira en este mercado, lo que están haciendo las entidades encargadas es generar estrategias publicitarias y por otra parte invertir en la infraestructura. De esta manera, la Gobernación se ha encargado de toda la parte publicitaria y las entidades privadas como las clínicas, hoteles, restaurantes, etc., además de encargarse de darse a conocer, se preocupan por estar a la vanguardia en estos procedimientos.

Para el desarrollo del Turismo de Salud en la ciudad es de gran importancia la existencia y el compromiso de las entidades privadas debido a que son éstas las que toman la iniciativa de generar el turismo en cualquiera de sus expresiones, esto se debe a que son ellos quienes tienen la capacidad o infraestructura instalada, es decir, ya tienen las clínicas, las agencias y los hoteles, con su personal calificado, dotación física y tecnología adecuada.

Por su parte, la Gobernación en su estrategia promocional, se ocupa de hacer las alianzas o ayudar en la capacitación y fortalecimiento en cada una de las áreas.

La gobernación lo que hace es decir, por ejemplo, saquemos un video de salud; venga vamos a esta feria que nosotros pagamos el stand; venga saquemos un portafolio de servicios donde la gente pueda mirar todos los cirujanos que hay, todas las clínicas que hay, todas las fincas para hacerse post operatorio, los spa que hay como para ya encerrar toda la oferta que tiene Risaralda dentro de lo que es turismo de salud”, refiere Carlos Andrés Gil.

En la ciudad existe una entidad del sector privado que es de gran importancia para el desarrollo de este tema, se trata de Eje Salud, que se creó en el 2006 y que opera de manera exclusiva en la Internet.

[Eje Salud] es un portal que informa todo lo relacionado con la salud y reúne a empresas del sector de la salud para articular sus servicios con el turismo. Tenemos un promedio entre 20.000 y 40.000 visitas mensuales y contamos con una base de datos de más de 14.000 usuarios a los cuales les llega periódicamente la información de los contenidos del portal a través del correo electrónico”. (Turismo 2.0 todos nosotros, Turismo de Salud en Colombia, al alcance de Todos y con Beneficios para sus promotores(en línea), español, recuperado el 28 de agosto de 2009 de [http://www.turismo20.com/profiles/blogs/turismo-de-salud-en-colombia?xg\\_source=activity](http://www.turismo20.com/profiles/blogs/turismo-de-salud-en-colombia?xg_source=activity))

Este portal que funciona bajo el lema de “Disfrutas Mientras Sanas”, aporta en gran medida al desarrollo del Turismo de Salud en la ciudad debido a que promociona y ofrece diversidad de servicios como directorios virtuales, paquetes de vida, información actualizada sobre el tema, etc.

Entre las empresas que hacen parte de esta alianza propiciada por Eje Salud y que han obtenido un compromiso con el desarrollo y posicionamiento del Turismo de Salud, se encuentran organizaciones como Comfamiliar Risaralda, Clínica Los Rosales, Clínica Fecundar, Orthoplastica, Spa Alta Vista, AM Citologías, Neurocentro, Gastrocoop, Unidad de Hemodinamia del Café, Organización Ceandes, Fundación

Revivamos, Laboratorio López Correa, Imágenes Diagnósticas, Biodanza, el ortopedista Gustavo Adolfo Marín, el cirujano pediatra Luis Guillermo Henao, el odontólogo Germán Matallana y el médico general Pablo Andrés Henao. Hacen parte también algunas instituciones en otras áreas, como la Facultad de Ciencias de la Salud de la UTP, la Fundación Universitaria del Área Andina, el Instituto INEC y la Asociación de Hospitales de Risaralda, éstas entidades especializadas en servicios de salud se enlazan con el turismo hotelero ofertado por empresas como Hotel de Pereira, Hotel Sazagua y otros alojamientos de alta calidad.

Esta agremiación de empresas, o clúster, es el más completo del eje cafetero lo que sirve para garantizar seguridad a los turistas en salud y para consolidar a Pereira como clave de desarrollo del Turismo de Salud en el país. Lira Muñoz, turista de salud, cuenta cómo además de someterse a una cirugía estética tuvo la oportunidad de disfrutar de otros servicios ofrecidos en la ciudad gracias a las diferentes entidades que aportan para la conformación del Turismo de Salud “además de realizarme la cirugía, pude relajarme en un spa, realizarme algunos masajes y disfrutar de la ciudad”.

Sin embargo, en el panorama se presentan obstáculos y dificultades que plantean retos y tareas por parte de los sectores involucrados. Una de las grandes limitaciones que tiene la ciudad frente a este tema, es la carencia de cifras que den cuenta del desarrollo y los resultados que se tienen sobre el mismo, lo que dificulta esclarecer de qué manera avanza el Turismo de Salud y cuál es el porcentaje de personas extranjeras que llegan a la ciudad como turistas de salud.

Éste no es un error que se evidencie únicamente en la ciudad de Pereira, debido a que -aunque en menor medida-, Colombia también se ha visto afectada por la falta de estadísticas.

Una de las falencias por superar es precisamente la ausencia de estadísticas consolidadas de este tipo de servicios, puesto que al no estar organizada la cadena de valor para estos paquetes (clínicas, agencias de viajes, hoteles, restaurantes, transporte aéreo y terrestre) de forma consolidada, resulta muy complejo estimar con bajo nivel de error la cifra real”. (Revista La Barra, Turismo de Salud: la próxima frontera, 2009, pág 3).

Entre las explicaciones que se dan acerca del por qué en la ciudad de Pereira aún no hay cifras ni estadísticas que den cuenta del tema, se encuentra que el Turismo de Salud es, a pesar de su destacado crecimiento en los últimos años, incipiente y no hay mucha exploración ni desarrollo de éste, lo cual implica que se requiere una organización por parte de las entidades encargadas de valorar y medir este tema como DANE, Proexport y FENALCO.

Algunos cirujanos y centros de estética se han preocupado por hacer sus propios análisis para tener porcentajes de cuántas personas extranjeras llegan a la ciudad como turistas de salud, por lo que conforman alianzas centros de estética – cirujanos, como lo explica el esteticista Juan Tangarife:

existe una gran conexión entre cirujano y centro de estética, como los esteticistas trabajan con cirujanos y los cirujanos con esteticistas, en post operatorios nos damos cuenta de dónde provienen los pacientes, no necesitamos el sondeo, sino que en el mismo círculo en el que estamos nos damos cuenta que son de otras ciudades.

El avance de Pereira en este campo ha permitido que diferentes empresas tanto privadas como públicas se interesen en realizar estudios y mediciones sobre el desarrollo e impacto del turismo de salud en la ciudad, dejando claro que aunque ahora no existan muchos estudios, se espera que más adelante se tendrán cifras actualizadas.

#### *1.10 La promoción y la publicidad*

Las entidades involucradas en el desarrollo del turismo de salud en Pereira, se han propuesto implementar estrategias publicitarias que permitan dar a conocer las ventajas que se tienen en la ciudad en relación o comparación con otras ciudades del país y del mundo; ventajas en cuanto a bajos precios, buenos resultados, infraestructura, comercio y comodidad.

Entre estas estrategias publicitarias hay diferentes técnicas que sirven para lograr

el posicionamiento de la ciudad como destino turístico de salud. Como punto de partida se encuentra el voz a voz, la forma como una persona tratada quirúrgica o estéticamente en la ciudad y que haya quedado satisfecha con lo que se realizó, cuenta a otras en qué lugar fue tratada. Este acto espontáneo puede ser aprovechado, e incluso incentivado, para generar referentes de la calidad de los servicios de salud que brinda la ciudad.

El voz a voz se ha convertido en la principal dinámica para publicitar tanto clínicas y centros de estética como ciudades, y hasta países, en el tema de Turismo de Salud, debido a que es una forma gratuita de promocionarse y de ganar tanto clientes como dinero, es por ello que los médicos o cirujanos se preocupan por hacer de la mejor manera sus tratamientos, al tiempo que las entidades y ciudades tratan de capitalizar estos logros. Carlos Mauricio Copete, un turista de salud da cuenta de esto y dice que gracias a un amigo brasileño que viajó a Pereira a realizarse un procedimiento estético se dio cuenta de la calidad y los buenos servicios que ofrece la ciudad “cuando yo ví como había quedado mi amigo en el tratamiento que se hizo le pregunté que en que lugar se lo había hecho y él me dijo que en Pereira, además me contó de los buenos precios y por eso decidí venirme a para acá y de paso aprovechar para visitar a mi familia”.

La publicidad en las revistas de las aerolíneas, reallizadas por diferentes editoriales, también se ha convertido en una manera de dar a conocer los servicios que ofrece Pereira en el tema de Turismo de Salud.

Otra estrategia que se lleva a cabo es la de asistir a las diferentes ferias que se realizan a nivel nacional e internacional, puesto que estos son espacios para la búsqueda de clientes, socios y aliados, además de permitir mostrar las ventajas y capacidades que se tienen. Es por ello que las empresas prestadoras de este servicio asisten a las diferentes ferias que se realizan tanto en el país como fuera de él y que ayudan a promocionar a Pereira en este campo.

La Gobernación del departamento, como se ha dicho anteriormente, se ha comprometido en promocionar tanto a Risaralda como a Pereira, es por ello que gracias a esta entidad se cuenta con un video de Turismo de Salud, que se lleva a todas las ferias y se ha dado a conocer en Colombia y en diferentes países del mundo.

Además se tiene planeado realizar un portafolio de servicios donde la gente pueda enterarse de las clínicas, los médicos, los hoteles, los restaurantes, los *spa* y toda la oferta que tiene la ciudad dentro de los que es Turismo de Salud.

Aunque la Gobernación esté claramente comprometida con la promoción y difusión de esta actividad en el departamento, y más específicamente en la ciudad de Pereira, hace falta que los proyectos que se tienen previstos se hagan realidad, debido a que esta promoción se está realizando de manera incompleta por la falta de las herramientas. Carlos Andrés Gil, Director de Turismo Departamental explica acerca de las estrategias publicitarias que ha establecido la gobernación:

El video es una primera actividad que nosotros como gobernación hicimos pero se nos dificultan en dos cosas para la promoción nacional e internacional, el primero es que como todavía no tenemos el portafolio, no queremos entrar a medios masivos y que la gente empiece a venir a Risaralda y que no tengamos como esa oferta organizada, porque como el video sería de gobernación la gente vendría a preguntar aquí y nosotros no tenemos todavía un portafolio, donde referenciarlos, ni criterios de calidad para decir a dónde van; y segundo está la limitante presupuestal que como nosotros no tenemos todavía organizado ese sector no vemos necesario castigar otras actividades para hacer inversiones muy millonarias en medios de comunicación nacional.

De esta manera queda claro que para que exista una promoción que ayude al posicionamiento de la ciudad en cuanto al tema de Turismo de Salud, hacen falta más esfuerzos y establecer tanto estrategias contundentes como un presupuesto especialmente direccionado a este sector, para que se puedan llevar a cabo.

### *1.11 Pereira en el contexto nacional*

Aunque en el país hay otras ciudades como Bogotá, Cali y Medellín que tienen gran reconocimiento a nivel mundial en cuanto al desarrollo del Turismo de Salud (debido a que son más grandes, tienen mayor número de clínicas y en general, mayor infraestructura, entre otros aspectos), lo que quiere lograr la gobernación del Risaralda y en sí todas las entidades relacionadas con el Turismo de Salud es que Pereira empiece a

estar a la par con estas ciudades. Para lograrlo se están fortaleciendo las ventajas competitivas que según el Secretario de Salud del Departamento, Javier Darío Marulanda, son:

La ubicación estratégica que permite el acceso con mucha facilidad de cualquier parte del país, el gran atractivo turístico que nos rodea con la región del Quindío, con la región de Caldas y con la misma región de Risaralda, esta es una ciudad que atrae, que vende, que se está identificando como el segundo destino turístico a nivel nacional y se ha vendido como una ciudad comercial en la que se puede venir a disfrutar y también somos buenos en el sector salud.

Según el director de Proexport Triángulo del Café, Eduardo Castro, para que Pereira esté a la par de las otras ciudades, hay dos grandes pasos que se deben dar: el primero es empezar a hacer una asistencia médica certificada, que otorgue calidad al paciente de turismo de salud, que éste encuentre instituciones calificadas, certificadas y avaladas por el gobierno; el segundo, es que directamente los operadores turísticos, que están trabajando con el mercado internacional, identifiquen una potencialidad importante en el producto y logren realizar unos paquetes turísticos atractivos para cualquier paciente extranjero.

Teniendo en cuenta estas ventajas competitivas y llevando a cabo las estrategias necesarias se establece que no es difícil pensar en igualar a ciudades como Bogotá y Medellín, e incluso llegar a ser líderes a nivel nacional en este campo.

#### *1.12 ¿Reconstructivas o estéticas?*

Aunque para el desarrollo del Turismo de Salud es fundamental la realización de las cirugías tanto estéticas como reconstructivas, es de resaltar que la rama que más acogida tiene en la ciudad es la estética, así lo sostiene el Secretario de Salud Departamental, Javier Darío Marulanda “el turismo de salud le abre las puertas a todas las áreas lo que pasa es que lo estético en el departamento de Risaralda con la fama de las mujeres bonitas de Pereira se vende mucho más fácil, sin decir que las otras áreas se están quedando atrás”.

Cuando se habla de cirugía reconstructiva no sólo se limita al hecho de una práctica por accidentes o enfermedades que hayan creado o producido una deformidad, sino que también de procedimientos normales para la salud de las personas, como tratamientos odontológicos funcionales, oftalmología, ortopedia, entre otras como la cirugía bariátrica que es aquella que trata la obesidad de las personas.

De esta manera, es de gran importancia abandonar la idea de que el Turismo de Salud es sólo para procedimientos estéticos, debido a que esto es lo que piensa la mayoría de las personas. En Eje Salud, por ejemplo, se promocionan varios tipos de tratamientos, tales como: neurocirugía, gastroenterología, ortopedia, intervencionismo cardiovascular, cirugía para niños, la cirugía estética vaginal, entre otro tipo de procesos que le permiten a cualquier área de la salud ser susceptible a estar dentro de la promoción del Turismo de Salud.

Más que tener unos fines económicos o estar únicamente dirigido al desarrollo financiero de la misma, el Turismo de Salud en Pereira se ha comprometido con fortalecer otros aspectos, como el posicionamiento de imagen a nivel nacional, un buen escenario con el gobierno nacional e internacional para inversiones, nuevos proyectos, nueva industria, es decir, se busca empezar a establecer campañas que den cuenta de que en esta ciudad se tienen todas las garantías para realizar cualquier tipo de proyecto, debido a que cuenta con energía, creatividad y todo lo necesario para lograrlo. Es así como se ve que con el Turismo de Salud no se tiene un beneficio solamente económico, sino además corporativo, de imagen, de posicionamiento, y sobre todo del autoestima y de la credibilidad de las mismas personas en su ciudad y en su región.

Por el contrario, para Eduardo Castro, director de Proexport Triángulo del Café, el Turismo de Salud sólo está enfocado en mejorar los ingresos y la capacidad de compra de la ciudad, es la posibilidad de que extranjeros lleguen al país, dejen recursos, conozcan las diferentes regiones, y una vez regresen a su país de origen puedan dar cuenta de lo que es Colombia en este campo y generar, por tanto, más visitantes en salud.

Pereira, y el Departamento de Risaralda en general, ha estado redimensionándose en el Turismo de Salud, por lo que diferentes entidades como la

Gobernación del Departamento, clínicas, médicos particulares, agencias de viajes, empresas hoteleras, entre otras, están comprometidas fuertemente en el desarrollo de éste y en buscar un reconocimiento a nivel nacional y mundial que de cuenta de lo que se realiza en esta ciudad,

Este es un tema, que aunque ahora se encuentre en su etapa de inicio y apenas se estén creando las estrategias necesarias para su buen desempeño, está enfocado en construir un futuro de gran importancia para la ciudad, debido a que día a día toma más fuerza y se hace más importante para el fortalecimiento de la economía y el desarrollo en la infraestructura y el turismo de Pereira.

## 2. Definición del proyecto

### 2.1 Título: *Turismo y Salud, la unión del futuro*

A partir de la investigación realizada se pudo encontrar que el turismo y la salud son dos sectores de gran importancia tanto a nivel económico como social, unidos como un gran matrimonio que fomenta el desarrollo en diferentes ciudades del mundo, entre las cuales se encuentra Pereira, que ha acogido esta práctica como una herramienta importante para su desarrollo.

Se ha optado por destacar mediante este título la combinación de ambos sectores que cada vez se establece más como uno solo y que generará frutos para el futuro de la ciudad y la región.

### 2.2 Género de producción

Documental divulgativo: El género documental permite narrar hechos, asuntos, situaciones o fenómenos de la realidad en la que los personajes son las personas vinculadas a dichos eventos, este proyecto busca proyectar las imágenes y las informaciones sobre el Turismo de Salud en Risaralda, de una manera agradable e innovadora para la audiencia, con el interés de divulgar las características, tendencias y perspectivas de este fenómeno socio – económico que viene creciendo en la región.

Este documental está compuesto por testimonios reales de los actores directos e indirectos del Turismo de Salud en Risaralda (con visión nacional y global), además se complementa con imágenes, infografías, animaciones y narración en off.

### 2.3 Número de capítulos, emisión y duración:

Capítulo: Único.

Emisión: Por definir.

Duración: 20 minutos

#### *2.4 Tema*

El Turismo de Salud en Pereira, sus implicaciones para el desarrollo socioeconómico de la ciudad y la región, las entidades involucradas en el fomento del mismo y los pacientes conocidos como turistas de salud.

#### *2.5 Focalización de la temática*

El turismo se ha catalogado como uno de los escenarios de desarrollo más importantes para el crecimiento de la economía en la ciudad de Pereira, debido a que esta ciudad, desde siempre, se ha establecido como un lugar de paso obligatorio para otras partes del país. Teniendo en cuenta esta fortaleza, diferentes entidades encargadas del progreso y la evolución de la ciudad se han preocupado por convertirla no sólo en la ciudad más comercial del Eje Cafetero sino en uno de los lugares más atractivos para visitar y conocer.

La preocupación por posicionar a Pereira como una de las ciudad más importantes del Triangulo del Café se ve reflejada en que ahora la ciudad ha tenido grandes cambios que van desde la infraestructura hasta la manera en que los mismos pereiranos viven, sienten y disfrutan su ciudad.

La salud también se considera uno de los principales ejes económicos de la ciudad, lo que se manifiesta en que cada vez son más las clínicas que se instalan en la ciudad y las remodelaciones que se hacen de las ya existentes, con el fin de parecer más agradables para los pacientes y brindar un mejor servicio.

En Pereira existen centros médicos desde el nivel 1 hasta el nivel 4 de atención en complejidad médica, es decir, se puede encontrar desde los tratamientos básicos hasta los más especializados, encontrando centros clínicos con reconocimiento a nivel nacional para atención general, para oftalmología, odontología, cirugía estética y reconstructiva, etc.

Teniendo en cuenta que la ciudad tiene un gran potencial en estas dos áreas de desarrollo, diferentes entidades tanto privadas como públicas se han propuesto hacer del turismo y de la salud un matrimonio al que cada vez se le apuesta más porque se pronostica una buena acogida de la ciudad como destino de Turismo de Salud, no sólo

en Colombia sino en el mundo.

Es por ello que las entidades encargadas o beneficiadas con el tema como la gobernación del departamento de Risaralda, organizaciones públicas como FENALCO o Proexport, las clínicas, las empresas hoteleras, las agencias de viaje, entre otras, cada vez se preocupan más por hacer notorio el desarrollo del Turismo de Salud y por tanto lograr un posicionamiento de la ciudad en este campo ante otros lugares del mundo.

El enfoque del Turismo de Salud en Pereira se ha caracterizado por ser no solamente económico sino además social, debido a que los protagonistas y sus actores directos son los que brindan a esta práctica un aspecto social, que se desliga de lo económico, sin decir que no es parte fundamental del Turismo de Salud, ya que gracias a éste es que se genera empleo y desarrollo.

## *2.6 Objetivos de la oferta*

### *2.6.1 Objetivo general:*

Realizar un documental audiovisual divulgativo que presente a los diferentes públicos objetivos, los factores más significativos de una nueva estrategia económica y social de la ciudad de Pereira denominada Turismo de Salud, en la que intervienen actores gubernamentales y privados, y por supuesto, turistas de salud.

### *2.6.2 Objetivos Específicos:*

- Realizar un documental audiovisual con una duración de 30 minutos.
- Dar cuenta de lo que es el Turismo de Salud en la ciudad de Pereira.
- Informar acerca de la manera como se inicia el Turismo de Salud en la ciudad.
- Mostrar cuáles son los beneficios y las dificultades que se presentan con el desarrollo del Turismo de Salud.
- Generar conocimiento de las proyecciones que se tienen con la implementación del Turismo de Salud en la ciudad.
- Presentar testimonios de turistas de salud que han recibido los beneficios de esta actividad.

## *2.7 Público Objetivo y otros beneficiarios*

*2.7.1 Público objetivo (Target):* Personas entre los 18 y 50 años interesadas en conocer e informarse acerca de lo que es el Turismo de Salud y lo que éste trae consigo.

*2.7.2 Beneficiarios*

- Directos: Entidades como la gobernación del Risaralda, la Alcaldía de Pereira, FENALCO, Proexport, empresas hoteleras, agencias de viaje, médicos y los diferentes turistas de salud.
- Indirectos: La ciudadanía en general, los medios de comunicación y el sector educativo.

*2.8 Descripción y Exposición de la oferta*

Documental de carácter divulgativo cuya temática es el desarrollo del Turismo de Salud en Pereira (de manera específica), en Colombia y el mundo, con el recurso de un narrador en off que explica cada una de las temáticas que son: turismo de salud en el mundo; turismo de salud en Colombia; definición del turismo de salud; inicios en la ciudad de Pereira; estadísticas, promoción y publicidad; Pereira en un contexto nacional; tipos de cirugía que se practican en la ciudad; los fines del Turismo de Salud en Pereira; los efectos tanto negativos como positivos que tiene este fenómeno y las proyecciones.

*2.9 Sinopsis*

Turismo y Salud, dos aspectos de desarrollo importantes se unen y constituyen el Turismo de Salud. En este documental narra de manera divulgativa lo que es este nuevo fenómeno y todo lo que trae consigo. Iniciando con un contexto mundial, pasando por uno nacional hasta centrarse en uno local: Pereira, una ciudad que ha empezado a desarrollar el Turismo de Salud con perspectiva de futuro.

El narrador en off es una voz masculina con tono ameno, claro, pausado y suave, que explica a los espectadores qué es y qué implica el Turismo de Salud, además de la narración en off se cuenta con testimonios de fuentes favorables, directas, neutras y críticas que darán validez y credibilidad a lo que se está narrando.

Para la realización del documental se utiliza material de archivo (fotográfico – videográfico), además se cuenta con animaciones e imágenes de apoyo grabadas por las realizadoras del documental.

### *2.10 Argumento Final*

El arranque muestra a una Mujer que está siendo marcada por todo el cuerpo con un marcador que deja guías para practicarle una cirugía, en este punto entra Aliria Correa diciendo que si supiera que se iba a morir igual se hubiera operado, después se muestran recortes de periódico sobre el tema y se da inicio al documental sobre el turismo de salud, el título del documental es mostrado en animación, “Turismo y Salud, la unión del futuro”.

A continuación se muestran imágenes intercaladas de viajes y cirugías que van siendo mostradas mientras la voz en off da la definición de lo que es este fenómeno, dándole paso así al testimonio de Carlos Guerrero, funcionario de la Gobernación del Risaralda, quien expone y reafirma el concepto.

Se continúa hablando sobre el turismo de salud y la relación que existe entre estos dos sectores y la manera como se han convertido en pilares fundamentales de la económica de múltiples regiones como es el caso de Pereira.

Mediante una animación se muestra y se explican las cuatro categorías que hacen parte del turismo de salud, medicina curativa (encargada de la buena salud), medicina preventiva (identifica y previene las enfermedades), medicina estética, (encargada de la apariencia física) y la de bienes, (es aquella que da beneficios emocionales, físicos y espirituales), Eduardo Sánchez, Director Turístico Triangulo del Café Proexpor, habla sobre las categorías.

Entran imágenes que representan cada una de las categorías mientras la voz en off da cifras sobre las ganancias que cada una brinda, colocando de esta manera como la de mayor ingreso general y mayor número de turistas a la categoría de bienestar, John Jairo Franco Medico Cirujano habla de las ganancias de cada categoría.

Mediante imágenes de las principales ciudades de Colombia, la voz en off hace

énfasis en la creciente demanda del turismo en sus principales ciudades como Bogotá, Medellín, Pereira, entre otras que han acogido esta oportunidad para el desarrollo de la economía nacional.

Se muestran imágenes de atractivos turísticos de Colombia para dar a entender al turismo como la tercera actividad industrial de mayor importancia para el desarrollo de países como Colombia, quienes mediante investigaciones han empezado a explotar sus principales atractivos como la ecología, la aventura, el Turismo de Salud entre otras actividades.

La voz en off entra para continuar hablando de la oportunidad de desarrollo del Turismo de Salud, generando gran cantidad de ingresos que se multiplicarán en un futuro, estas afirmaciones son expresadas mientras se observan imágenes de gente en aeropuertos y en lugares turísticos.

El Mega Centro y las nuevas infraestructuras se observan de fondo mientras que la voz en off acentúa algunas barreras a derribar para que Colombia sea visto como un verdadero lugar para que se practique el Turismo de Salud, entre ellas se nombran la infraestructura hospitalaria, hotelera, la falta de médicos y esto es sustentado por Mateo Jaramillo, Gerente Turístico en Salud del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia.

Se resalta el turismo de salud y el fortalecimiento basado en él, esto sucede en las diversas ciudades de Colombia como es el caso de Pereira que ha cambiado su mecanismo económico por otro tipo de actividades consolidándose en el comercio y todo lo que esto trae consigo, mientras se expone esta nueva dinámica que ha tomado la ciudad de Pereira se pueden observar de fondo imágenes de los mercados que se benefician del turismo de salud, como farmacias, venta de elementos médicos, etc.

En este punto del documental se realiza una pausa en donde se utilizan imágenes de un atardecer y de aviones, para realizar así un corte y comenzar con las historias de Aliria Correa y Yurani Bedoya, pacientes del turismo de salud.

Comienzan a mostrarse imágenes de aeropuertos, de tráfico de pasajeros, sala de

espera de aeropuerto, la voz en off narra como día a día colombianos viajan a otros países, regresando tiempo después con ilusiones y metas nuevas, en este lapso se da entrada al personaje protagonista de la historia, Aliria Correa, una pereirana radicada en Estados Unidos que decide regresar a su país para cambiar su aspecto físico.

Se observan una foto de Aliria con sus datos en frente, en ese momento entra su testimonio, donde habla sobre su estadía en los Estados Unidos y qué la motivó a tomar la decisión de operarse y cambiar así su aspecto físico.

Aparecen imágenes de Turistas realizando actividades en la región y se empieza a explicar como el turismo de salud da la oportunidad de fortalecer los mecanismos económicos, Michelle Medina, médico cirujano, explica como surge la idea de hacer turismo de salud en la ciudad.

Mediante imágenes representativas de las principales actividades económicas de la ciudad de Pereira como la realización de trabajos rurales, la voz en off cuenta como el turismo de salud fortalece la economía de la ciudad, teniendo en cuenta que ya no solamente se basa en la economía cafetera, sino en nuevas formas de producción que se basan en entidades, las cuales son explicadas por Carlos Guerrero que habla sobre ellas.

Se muestran imágenes de la Gobernación, para contar como la integración de las entidades se suman para prestar mejores servicios y, además, todo lo que la ciudad que ofrece con respecto a la prestación de un servicio de salud, Michelle Medina habla sobre los servicios de salud que tiene la ciudad.

Imágenes de personas en consultorios e imágenes de clínicas son utilizadas para mostrar la importancia de los bajos precios y la buena calidad que tiene Pereira para ser reconocida a nivel mundial como prestadores de Turismo de Salud, Juan Tangarife, esteticista, habla del posicionamiento de la ciudad, aparece una foto de Yurani con sus datos al frente, luego aparece hablando sobre por qué se operó en Pereira y Aliria Correa habla de los precios.

Aparecen imágenes de Turismo de Salud y se explica la importancia que tienen

los precios para la competitividad de las ciudades, los países que se ven interesados en prestar estos servicios, Michelle Medina habla de los precios, la voz en off habla sobre los bajos precios que ofrece la ciudad y el por qué de ellos además se cuenta sobre la creación de la zona franca Mega Centro, Carlos Guerrero habla de las zonas francas y su instauración en la ciudad de Pereira.

Imágenes zonas francas existentes en el país, estas aparecen para realizar una definición de lo que es una zona franca y Eduardo Sánchez habla sobre zonas franca.

La cirugía estética es uno de los pilares fundamentales para la creación y desarrollo del turismo de salud, la ciudad de Pereira ofrece a sus turistas en salud una amplia variedad de servicio en esta rama, Aliria Correa habla de cuando llegó a la ciudad de Pereira y se sometió a una cirugía estética.

Aparecen imágenes de clínicas odontológicas como Ceandes ya que los tratamientos odontológicos se han convertido en uno de los procedimientos que más inyecta dinero y reconocimiento a la ciudad, Julio Cesar, médico odontólogo de Ceandes, habla de la odontología y como se ha posicionado como un producto deseado por turistas de salud.

Aparecen imágenes de elementos publicitarios, revistas, periódicos, documentos de la Feria Expo Salud y se comienza a hablar sobre las entidades públicas y privadas comprometidas con el desarrollo del turismo de salud, que están dispuestas a buscar estrategias publicitarias para dar a conocer a la ciudad en este campo del Turismo de Salud, Javier Marulanda y Yurani Bedoya hablan de la promoción y Abelardo Marín habla de las falencias de la promoción.

La voz en off narra las promociones y las ventajas competitivas que tiene Pereira frente a otros lugares, ya que ésta no sólo cuenta con precios bajos, sino con hermosos paisajes, clima apto, médicos profesionales e infraestructura hotelera, se muestran imágenes de hoteles, *Spas* y clínicas.

Mediante un Collage de entrevistas de Carlos Guerrero, Jairo Franco y Javier Marulanda cada uno da su opinión sobre el Turismo de Salud, en este punto entra Aliria

correa hablando de los motivos por los cuales escogió a Pereira para operarse, cuenta su historia, el antes y el durante de la operación.

Los argumentos apuntan a que los cirugías, en particular las estéticas, son procedimientos sencillos que no proporcionan mucho peligro o dolor, tal vez ningún turista de salud es advertido de los peligros que conlleva realizarse esta práctica, aparecen imágenes donde se evidencian los moretones y algunas consecuencias negativas de los procedimientos estéticos y las cirugías en general. Aliria Correa y Yurani Bedoya hablan de la experiencia dolorosa, del postoperatorio. Después habla Michelle Medina cirujano habla de la importancia de el postoperatorio para la correcta mejoría de los pacientes.

Aparecen quirófanos y pacientes y la voz en off revela que a pesar de las dificultades que se pueden llegar a presentar durante un procedimiento quirúrgico de cualquier índole algunos turistas de salud continúan con su idea inicial practicarse la cirugía. Aliria Correa nos habla de la importancia de haberse operado.

Aparecen imágenes de Yurani y Aliria en Blanco y negro e imagen congelada y se habla de cómo la ciudad de Pereira abre sus puertas al crecimiento del turismo de salud y la utilización de éste como un potenciador de la economía. Se resalta la importancia de las historias de vida, como una manera de medir el impacto de la unión del Turismo y la Salud no solo en Pereira sino en toda la región. Se da paso al testimonio de Javier Salariaba, donde habla del impacto que el trae a la ciudad, además, entra Michelle Medina a respaldar esta idea.

Se explica que en Pereira más que un fin económico, ésta nueva propuesta también trae consigo un compromiso donde se fortalecen otros aspectos como el posicionamiento de imagen, la llegada de capital extranjero, ser escenario atractivo y de interés para el gobierno nacional y desarrollo de nuevos proyectos. Mientras se cuenta esto se muestran las imágenes de marca de la ciudad de Pereira, la cual se está intentando posicionar tanto en el país como en el extranjero. Javier Marulanda habla de los fines del Turismo de Salud.

Personas como Aliria Correa y Yurani Bedoya son testigos del éxito de éste

proyecto: de las ventajas, las dificultades y los retos que enfrentan para seguir mejorando sus debilidades y seguir creciendo en sus fortalezas.

El turismo de salud ha generado una revolución mundial de cómo se ven los destinos turísticos y la salud en países, regiones y ciudades como Pereira, debido a que antes la belleza natural, la riqueza cultural y la ventura, eran los únicos atractivos para los extranjeros visitar este país Aliria Correa dice se expresa sobre porque se debe elegir a Colombia no solo como un destino para realizarse cirugías sino para disfrutar y conocer.

Aliria Correa da a conocer sus deseos y explica que la ciudad de Pereira es una ciudad hermosa y fascinante y por eso es la mejor opción y destino, tanto para realizarse tratamientos estéticos o médicos como para visitar, conocer y vivir.

### *2.11 Escaleta final*

#### 1. INT. CONSULTORIO. DÍA

Mujer siendo marcada por todo el cuerpo con un marcador que deja guías para practicársele una cirugía.

#### 2. INT. CASA. DÍA

Alria Correa dice que si supiera que se iba a morir igual se hubiera operado.

#### 3. ANIMACIÓN DE RECORTES DE PERIÓDICOS CON NOTICIAS DE TURISMO DE SALUD Y AVIONES SOBREVOLANDO

Se habla sobre la relación entre el turismo de salud y los beneficios que tiene esta unión, mencionando que este fenómeno se desarrolla en la ciudad de Pereira

#### 4. SEC. ANIMACIÓN. TITULO DEL DOCUMENTAL.

TURISMO DE SALUD: La unión del futuro.

#### 5. COLLAGE DE IMÁGENES DE VIAJES Y TURISMO QUE SE MEZCLAN CON LAS DE LA CIRUGÍA PLÁSTICA.

Se define lo que es el turismo de salud

#### 6. INT. PASILLO CLÍNICA. DÍA

Carlos Guerrero habla sobre lo que es el turismo de salud

#### 7. IMÁGENES QUE REPRESENTEN CADA UNA DE LAS CATEGORÍAS

Se mencionan las cuatro categorías que conforman el turismo de salud y se hace una definición de cada una de ellas

#### 8. INT. OFICINA. DÍA

Eduardo Sánchez habla sobre cada una de las categorías

#### 9. IMÁGENES QUE REPRESENTEN CADA UNA DE LAS CATEGORÍAS

Se mencionan las ganancias de las categorías.

#### 10. EXT. PLAZOLETA. DÍA

Jhon Jairo Franco habla sobre las ganancias de cada categoría.

#### 11. AGILIZADOR QUE DE PASO A COLOMBIA

#### 12. IMÁGENES DE LAS PRINCIPALES CIUDADES DE COLOMBIA

Se habla sobre la creciente demanda del turismo de salud en Colombia y se mencionan las principales ciudades donde se desarrolla.

#### 13. IMÁGENES DE LOS ATRACTIVOS PRINCIPALES DE COLOMBIA

Se hablan de los principales atractivos turísticos de Colombia.

#### 14. IMÁGENES DE HOSPITALES, FACHADAS DE CLÍNICAS Y MÉDICOS

Se hace mención de las barreras y falencias que tiene Colombia con respecto al turismo de salud.

#### 15. INT. SALÓN. DÍA

Mateo Jaramillo habla sobre las falencias que tiene Colombia para el buen desarrollo del turismo de salud.

#### 16. IMÁGENES QUE REPRESENTEN EL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA DE COLOMBIA A PARTIR DEL TURISMO DE SALUD

Se habla sobre el incremento de la economía a partir de la implementación del turismo

de salud.

17. AGILIZADOR: IMÁGENES DEL CIELO EN UN ATARDECER CON AVIÓN

18. IMÁGENES DE AEROPUERTO, TRÁFICO DE PASAJEROS, SILLAS DE AEROPUERTO, SALAS DE ESPERA, PUESTAS EN ESCENAS DE PACIENTE

Se narra sobre el incremento de personas que salen del país pero después regresan, ya no sólo para visitar a las familias sino para practicarse un tratamiento quirúrgico, diciendo que ese es el caso de Pereira debido a que es una de las ciudades que más emigrantes genera.

19. IMAGEN DE ALIRIA CORREA CON LOS DATOS DE ELLA

20. INT. CASA. DÍA

Aliria Correa cuenta cuando estaba en Estados Unidos y por qué se iba a operar.

21. IMÁGENES DE PERSONAS EN DIFERENTES LUGARES TURÍSTICOS

Se habla de cómo surge la idea de plantear el turismo de salud en Pereira.

22. INT. CONSULTORIO DÍA

Michelle Medina habla sobre la creación del turismo de salud en Pereira.

23. IMÁGENES QUE REPRESENTEN LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE LA CIUDAD

Se habla del fortalecimiento de los diferentes sectores económicos de la ciudad a partir del desarrollo del turismo de salud.

24. INT. SALA DE CLÍNICA. DÍA

Carlos Guerreiro habla sobre las entidades que conforman el turismo de salud.

25. IMÁGENES DE LAS ENTIDADES (GOBERNACIÓN, CLÍNICAS, RESTAURANTES)

Se habla que además de la integración de las entidades Pereira cuenta con un amplio portafolio de servicios en salud.

26. INT. CONSULTORIO. DÍA

Michelle Medina habla sobre los servicios de salud que ofrece la ciudad.

27. IMÁGENES DE GENTE LLEGANDO A LA CIUDAD, GENTE NAVEGANDO EN INTERNET, REENCUENTRO FAMILIAR, SERVICIOS

Se hablan de las razones principales por las que Pereira es conocida a nivel mundial como prestadora de turismo de salud.

28. INT. SALA DE ESPERA SPA. DÍA

Juan Tangarife habla del posicionamiento de la ciudad.

29. INT. CASA. DÍA

Yurany Bedoya habla de las principales razones por las que se operó en Pereira.

30. INT. EXT. APOYOS DE ALIRIA CORRE. DÍA

31. INT. CASA. DÍA

Aliria Correa habla de los precios.

32. IMÁGENES DE TURISMO Y SALUD

Se habla de los precios y su ayuda en el fortalecimiento del turismo de salud en la ciudad.

33. INT. ENTREVISTA. DÍA

Michelle Medina habla sobre los precios económicos que se ofrecen en Pereira.

34. IMÁGENES DE MEGACENTRO

Se menciona que los bajos precios se deben además a la creación de la zona franca.

35. INT. SALA DE CLÍNICA. DÍA

Carlos Guerrero habla de la zona franca que se construyó en la ciudad.

36. IMÁGENES DE LA ZONA FRANCA DE LA CIUDAD Y DEL PAÍS  
FOTOGRAFÍAS DE LAS ZONAS FRANCAS DEL PAÍS

Se define qué es una zona franca.

37. INT. OFICINA. DÍA

Eduardo Sánchez habla de las zonas francas.

### 38. IMÁGENES DE UNA CIRUGÍA Y MASAJES.

Se habla de los servicios de salud que tiene la ciudad para prestar a los turistas de salud.

### 39. INT. CASA. DÍA

Aliria Correa habla de cuando llegó a la ciudad y qué se operó.

### 40. INT. CONSULTORIO. DÍA

Michelle Medina habla de los servicios en salud que ofrece la ciudad.

### 41. IMÁGENES DE FACHADAS E INTERIORES DE CLINICAS ODONTOLÓGICAS

Se dice que los procesos odontológicos son de gran importancia para el desarrollo del turismo de salud.

### 42. INT. SALA DE ESPERA DE CLÍNICA ODONTOLÓGICA. DÍA

Julio Cesar Ruiz habla de los procesos odontológicos que más buscan los turistas de salud.

### 43. IMÁGENES DE ELEMENTOS PUBLICITARIOS

Se menciona que las entidades tanto públicas como privadas están comprometidas con estrategias publicitarias que posicionen a Pereira.

### 44. INT. OFICINA. DÍA

Javier Marulanda habla de la estrategias publicitarias para la promoción.

### 45. INT. CASA. DÍA

Yurany Bedoya habla de la promoción.

### 46. EXT. CORREDOR. DÍA

Abelardo Marín habla de las falencias que tiene la promoción de la ciudad.

### 47. IMÁGENES DE PAISAJES DE LA CIUDAD DE PEREIRA, HOTELES, SPAS ETC.

Se hablan de las ventajas competitivas que tiene la ciudad en el desarrollo del turismo de salud.

48. COLLAGE DE ENTREVISTAS DE CARLOS GUERRERO, JAIRO FRANCO Y JAVIER MARULANDA

Se habla sobre las ventajas competitivas que tiene la ciudad.

50. INT. CASA. DÍA

Aliria Correa habla de por qué escogió Pereira para operarse y el antes y el durante de la operación.

51. INT. CASA. DÍA

Yurany Bedoya dice por qué escogió Pereira para operarse.

52. FOTOGRAFÍAS DE PERSONAS DESPUÉS DE LAS CIRUGÍAS ESTÉTICAS, HEMATOMAS, PACIENTES CON DOLOR

Se habla del dolor y lo difícil que es el postoperatorio.

53. INT. CASA. DÍA

Aliria Correa habla de la experiencia dolorosa del postoperatorio.

54. INT. CONSULTORIO. DÍA

Michelle Medina habla sobre la importancia del postoperatorio.

55. INT. CASA. DÍA

Yurany Bedoya habla del postoperatorio.

56. IMAGEN DE QUIRÓFANO Y DE PACIENTES

Se habla que a algunos pacientes no les importa el dolor o las consecuencias de la cirugía.

57. INT. CASA. DÍA

Aliria Correa dice que no le importa el dolor con tal de haberse operado.

58. AGILIZADOR

59. IMÁGENES DE PACIENTES Y PERSONAS, IMÁGENES DE CLÍNICAS, CALLES, MÉDICOS

Se menciona que el turismo de salud no sólo tiene un impacto económico sino además historias de vida.

#### 60. IMÁGENES DE GENTE TRABAJANDO Y DE LA MARCA DE PEREIRA

Se menciona que el turismo de salud proporciona a la ciudad no sólo un incremento en la economía sino además el fortalecimiento en otras áreas.

#### 61. INT. OFICINA. DÍA

Javier Marulanda habla de los fines del turismo de salud.

#### 66. COLLAGE DE TODO TIPO DE IMÁGENES REFERENTES AL TURISMO DE SALUD.

Se habla de lo que genera el turismo de salud en el mundo.

#### 67. INT. CASA. DÍA

Aliria Correa dice que Colombia es el mejor destino.

FIN

#### *2.12 Tratamiento Audiovisual*

En grabación: Para la etapa de producción se utiliza una cámara profesional de video y el formato de grabación es digital (MiniDV) en aspecto 16:9 a 30 cuadros progresivo buscando tener una textura cinematográfica.

Alguna parte del material utilizado es de archivo fotográfico o videográfico, lo que implica que para la grabación o utilización de dichas imágenes se realizan paneos y se adecúa el registro, según la imagen de archivo o el dispositivo que poseen, para no cambiar mucho su formato original.

Iluminación: La iluminación para interiores se realiza con un equipo de luces profesional, utilizando un estilo de iluminación suave para reducir los contrastes fuertes con iluminación en triángulo, y de esta manera lograr una buena estética en la imagen. Para las tomas en exteriores se utilizan difusores y reflectores con el fin de suavizar la intensidad de la luz día.

Sonido: El documental está musicalizado con música tipo lounge producida originalmente. El registro de sonido para los testimonios va con un micrófono de solapa y para las imágenes de apoyo que requirieron sonido se toma el registro con micrófono

boom; y en postproducción se adicionan efectos de sonido para darle más fuerza sonora al documental.

Testimonio: Se utilizan planos medios y superposición de imágenes de apoyo en cada entrevista, cada testimonio va acompañado de un generador donde se dan los datos del entrevistado.

- Profesionales de la salud o prestadores del servicio:

Plano: Americano

Foco: Infinito

Dirección: Entrevistado mira al entrevistador ubicado al lado de la cámara

Estilo: Documental

Iluminación: Fría - entrevistado y backing iluminado de la misma manera

Locaciones: consultorios, quirófanos

Observaciones: para las entrevistas a los prestadores del servicio o profesionales de la salud los planos medios con aire al lado derecho de la pantalla. En esta zona de cuadro se pretende dar fuerza a los fondos de los consultorios para aprovechar estos espacios y poder mostrar la tecnología y locaciones. Es importante que se vean equipos y demás acondicionamientos de estos espacios.

- Fuentes gubernamentales

Plano: Medio Corto

Foco: Infinito - Desenfocado

Dirección: Entrevistado mira al entrevistador ubicado al lado de la cámara

Estilo: Documental

Iluminación: Neutra - entrevistado y backing iluminado de la misma manera

Observaciones: para las entrevistas a las fuentes gubernamentales se hicieron de 2 tipos: uno en oficinas con planos medios cortos con un poco de aire al lado izquierdo para contextualizar que son personas ejecutivas y que las locaciones son en oficinas; y el otro tipo es en exteriores con fondos con buena fotografía y un poco desenfocados al fondo, los planos medios y primeros planos.

- Pacientes

Plano: Medio corto

Foco: Infinito - desenfocado

Dirección: Entrevistado mira a alguien ubicado al lado de la cámara

Estilo: Documental

Iluminación: Neutra - backing icon iluminación tenue para reforzar el testimonio

Observaciones: para las entrevistas los pacientes se ubican en sus propios hogares. Los fondos y backing un poco oscuros para darle más fuerza a la persona que da su testimonio.

Animaciones: Las animaciones se realizan con gráficos, animando elementos como el mundo, calendario, logotipos, imágenes, textos, además de utilizar fondos animados para la realización de las cortinillas.

Temporalidad: La línea de tiempo del documental está marcada por saltos y cambios de sub-temas dentro del video, éstos se hacen con cortinillas y agilizadores en 2D y 3D que le darán dinamismo y claridad a los temas tratados, también se utilizan fundidos e imágenes aceleradas de la ciudad.

Transiciones: Para el cambio entre cada una de las imágenes se utilizan transiciones básicas de disolvencia y en algunas ocasiones, simples cortes o cambios de imagen.

Narración: El hilo conductor del video es una voz en off masculina con tonalidad emotiva e informativa, con una terminología sencilla y de fácil comprensión para el público objetivo, esta voz está acompañada de imágenes de archivo, graficación y animación.

La narración se realiza de manera secuencial con el fin de dar cuenta de cada uno de los aspectos importantes del turismo de salud y su desarrollo en la ciudad.

Debido a que este es un documental divulgativo se espera generar en el

espectador inquietud e interés por el tema, además de proporcionarle la información de primera mano y confiable que le den perspectivas para definir sus conclusiones sobre lo mostrado.

### 2.13 Perfil de personajes y/o testimoniantes

Tabla 1. Cuadro de fuentes

FUENTE	QUÉ INFORMACIÓN BRINDA	RELACIÓN CON EL CONFLICTO	CARACTERÍSTICAS GENERALES	UBICACIÓN Y ACCESO
Carlos Alberto Guerrero.	Qué papel cumple la gobernación de Risaralda en el desarrollo del turismo de salud; cómo son los inicios del turismo de salud en la ciudad, las ventajas que tiene Pereira y su posicionamiento.	Favorable debido a que se encuentra inmerso en el tema y se interesa por el desarrollo del turismo en el departamento.	Director de Turismo de Risaralda.	Cel: 3148905482  Dir: Gobernación de Risaralda (Parque Olaya Herrera Calle 19 N° 13-17 - Plazoleta)  Tel: 3398300 Ext. 313 Correo electrónico: andres.gil@risaralda.gov.co
Juan Alberto Tangarife	De qué manera se ha venido desarrollando el turismo de salud en la ciudad; cuál es el posicionamiento de ésta en comparación con otras ciudades; de qué manera se dan cuenta quiénes son turistas de salud.	Favorable debido a que su labor está directamente relacionada con la salud y el desarrollo de esta nueva propuesta.	Esteticista del Spa Figura Ideal.	Cel: 3136338995  Dir: Cl 10 # 15-58 Los Alpes  Tel: 3241656
Michel Medina	Cuáles son los tipos de cirugías que más se práctica; cómo es el funcionamiento y los beneficios del turismo de salud.	Favorable debido a que como médico cirujano ayuda al crecimiento y desarrollo del turismo de salud.	Medico Cirujano	Tel: 3116130-3116136  Dir: Pinares Médica Cl 9 # 20-60

Javier Darío Marulanda	Informa acerca de las promociones y la importancia del turismo de salud.	Favorable debido a que se encuentra inmerso y se interesa por el desarrollo de la salud en el departamento.	Secretario de Salud Departamental.	Alejandra Cortés, jefe de prensa de la secretaria de salud Cel: 3103740212
Eduardo Sánchez	Trata el tema del turismo de salud desde diferentes ámbitos.	Favorable debido a que se interesa por los beneficios económicos que el turismo de salud le trae a la ciudad	Director Turístico Triangulo del Café Proexport.	Tel: 3355005 Dir: Torre Bolívar www.proexport.com.co
Mateo Jaramillo	Da información general del turismo de salud desde una perspectiva a nivel nacional, sus inicios, su desarrollo y sus proyecciones.	Favorable debido a que nivel nacional esta comprometido con el desarrollo de salud.	Gerente Turismo en Salud. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.	Correo electrónico: Transformaciónproductiva@gov.co  mjaramillo@mincomercio.gov.co
Aliria Correa	Cuenta sobre la experiencia y el por qué se realizó un tratamiento quirúrgico en la ciudad de Pereira.	Directo debido a que es un paciente de turismo de salud	Nacido en Pereira y radicado en Estados Unidos, viajó de nuevo a la ciudad para realizarse una liposucción, al poco tiempo se devolvió para E.U.	Cel: 3206093447 Tel: 3306628 Correo: alirico@hotmail.com
Abelardo Marín	Critica y problematiza el tema del Turismo de Salud. Da consejos y sugerencias para la promoción y el posicionamiento de el tema del turismo de salud en los medios.	Neutral, debido a que observa el turismo de salud como una noticia y problemática social. Como periodista le preocupa la falta de interés por medio de las agencias gubernamentales.	Periodista del periódico La Estrella del Turismo, medio de comunicación de la región, especializado en turismo.	Cel.: 318 669 8901 318 669 8900 Tel: 330 7227 Correo: abemarturis@yahoo.es

<i>Lisbo Justo</i>	Como prestador del servicio, ofrece una mirada diferente y critica a las entidades gubernamentales resalta la falta de compromiso que tienen con la construcción de vías y elementos publicitarios.	Directa, debido a que es un prestador de servicio y es testigo que lo acontecido alrededor del turismo de salud.	<i>Propietario de Termas San Vicente.</i>	Tel: 324 32 58 ext. 8 Cel: 320 693 3713  <a href="http://www.sanvicente.com.co">www.sanvicente.com.co</a>
Julio César Ruiz	Habla sobre los servicios más buscados por los extranjeros, especificando los odontológicos, como uno de los de mayor crecimiento.	Favorable, debido a que muestra la creciente demanda de servicios por parte de extranjeros en Colombia, en especial los odontológicos en Pereira.	Gerente y Medico de la clínica odontológico Ceandes.	Tel: 335 6980
Jhon Jairo Prado	Explica los beneficios, ventajas y la división del Turismo de Salud. Además expone los puntos fuertes que posee la ciudad de Pereira como el clima, los paisajes, la infraestructura, entre otros.	Favorable, se enfoca en las cosas buenas del Turismo de Salud y la proyección de la ciudad.	Medico Cirujano, especialista en Medicina Bioenergética, Spa Alta Vista.	Cel:311 300 9141
Yurani Bedoya	Cuenta su experiencia como turista de salud, destaca las cosas positivas como el buen trabajo realizado por los médicos y cuenta sus experiencias negativas después de la operación.	Directo, mediante su historia nos muestra lo bueno y lo malo del Turismo de Salud y las operaciones estéticas.	Paciente de Turismo de Salud.	Correo: yuribriana@hotmail.com

**Fuente:** Elaboración propia.

Nota Aclaratoria:

Mientras se hacía el rastreo de fuentes se encontraron otros personajes relacionados con el tema que sirvieron de enlace para contactar las fuentes utilizadas en la realización del contexto de la investigación.

Estas otras fuentes son:

- Jairo Franco: Director de Turismo de la Alcaldía de Dosquebradas  
Tel: 3163996513
  
- Jeison Escobar: Telecefé  
Tel: 3148645810
  
- Mónica Gómez: Directora Entre Mujeres Telecafé  
Tel: 312286437
  
- Paola Hoyos: Asistente de Gerente Canal Une  
Tel: 3136691453

Además también se entrevistaron otras fuentes, sólo con registro sonoro, que dieron información utilizada en la escritura del guión pero no se logró una entrevista audiovisual:

- Pablo Andrés Henao  
Cel: 3128313529  
Correo: [info@ejesalud.com](mailto:info@ejesalud.com)  
Gerente de Eje Salud - Médico General.
  
- Gildardo Hernán Ramírez  
Cel: 3172304796  
Tel: 3324289  
Psicólogo Clínico - Terapeuta Gestalt
  
- Carlos Mauricio Copete  
Cel: 3116038636  
Paciente
  
- Lira Muñoz  
Cel: 009818057111973  
Correo: [lyracami@hotmail.com](mailto:lyracami@hotmail.com) Paciente.

2.14 Cronograma

Tabla 2. Cronograma

TIEMPO: MES/SEMANA	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO		
	sem 1	sem 2	sem 3	sem 4	sem 1	sem 2	sem 3	sem 4	sem 1	sem 2	sem 3	sem 4	sem 1	sem 2	sem 3	sem 4	sem 1	sem 2	
<b>ACTIVIDAD</b>																			
<b>PRE PRODUCCIÓN (DISEÑO PROD)</b>																			
Diseño de Producción - Fase 2																			
Revisión Comentarios Lectores																			
Escritura Guión Secuenciado																			
Escritura Guión Técnico																			
Shooting																			
Desglases de Producción																			
Entrega Diseño Fase 2																			
Aval																			
<b>PRODUCCIÓN</b>																			
Definición Locaciones																			
Contactación Final																			
Concreción Presupuesto Grabación																			
Plan de Grabación																			
Grabación																			
<b>POST PRODUCCIÓN</b>																			
Visualización																			
Pietaje																			
Guión de Edición																			
Edición Imagen																			
Edición Sonido																			
Masterización																			
Revisión Final																			
ENTREGA																			

Fuente: Elaboración propia.

## 2.15 Diseño de presupuesto

Tabla 3. Formato base presupuesto general proyectos audiovisuales.

<b>1. Recursos de pre-producción</b>	<b>cantidad</b>	<b>vr. unitario</b>	<b>vr. total</b>
transporte		200.000	200.000
fotocopias	100	100	10.000
<b>sub - total 1</b>			<b>110.000</b>
<b>2. Equipo de realización</b>	<b>cantidad</b>	<b>vr. unitario</b>	<b>vr. total</b>
director	1	0	0
asist. dirección	1		0
camarógrafo	1	150.000	150.000
asist. de cámara	1	0	0
gaffer / luminotécnico	2	0	0
sonidista	1	150.000	150.000
productor ejecutivo	0	0	0
investigador	2	0	0
guionista	2	0	0
transporte y viáticos		120.000	120.000
editor	1	150.000	150.000
<b>sub - total 2</b>			<b>550.000</b>

<b>3. Postproducción</b>	<b>cantidad</b>	<b>vr. unitario</b>	<b>vr. total</b>
transfer master a dvd (cass incluid.)	0	0	0
transcripciones	0	0	0
cassettes masterización	1	6.000	6.000
dvd multicopiado	5	5.000	25.000
música original	1	50.000	50.000
narrador en off	1	100.000	100.000
sala edición	1	120.000	120.000
alimentación	0	0	0
empresiones		5.000	5.000
montaje imagen			
montaje sonido			
<b>sub - total 4</b>			<b>306.000</b>

<b>5. Seguros e imprevistos</b>	<b>cantidad</b>	<b>vr. unitario</b>	<b>vr. total</b>
seguros	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
imprevistos		0	0
<b>sub - total 5</b>			<b>0</b>

<b>6. Resumen presupuesto</b>			<b>vr. total</b>
<b>1. recursos de pre-producción</b>			110.000
<b>2. equipo de realización</b>			550.000
<b>3. equipo técnico</b>			0
<b>4. post-producción</b>			306.000
<b>sub - total general</b>			
<b>imprevistos 10%</b>			<b>966.0000</b>
<b>total</b>			<b>96.600</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

### 3. Diseño del proyecto

#### 3.1 Guión

Tabla 4. Guión.

3.1 GUIÓN DOCUMENTAL TURISMO Y SALUD LA UNIÓN DEL FUTURO				
IMAGEN	Voz en Off	FULLES	OBSERVACIONES	PREMINUTAJE
MUJER SIENDO MARCADA POR TODO EL CUERPO CON UN MARCADOR QUE DEJA GUÍAS PARA PRACTICÁRSELE UNA CIRUGÍA.				0:00 a 0:25 Seg, duración 25 Seg.
		FULL 0: Alria Correa dice que si supiera que se iba a morir igual se hubiera operado		0:25 a 0:46 Seg, duración 21:06 Seg.
ENTREVISTA	Algunos pensarían que no existe ninguna relación entre el turismo y la salud, pero están equivocados, se debe tener presente que estas dos actividades se han convertido en pilares del fortalecimiento de la salud en todas sus ramas y de una nueva estrategia			0:46 a 1:06 Seg, duración 22:15.
TITULO : TURISMO Y SALUD LA UNIÓN DEL FUTURO				1:07 a 1:10 Seg, duración 3:06
COLLAGE DE IMÁGENES DE VIAJES Y TURISMO QUE SE MEZCLAN CON LAS DE LA CIRUGÍA PLÁSTICA. IMAGEN DE UN AVIÓN LLEGANDO DEL AEROPUERTO. GENTE VAJÁNDOSE DEL AVIÓN, QUIROFANOS, LUGARES TURISTICOS	El Turismo de Salud es un proceso en el una persona viaja con el objetivo específico de recibir servicios de salud en un país diferente a aquel en el que reside			1:10 a 1:21 Seg, duración 12:25 seg.
ENTREVISTA		FULL 1: Carlos Guerrero habla sobre el turismo de salud		1:21 a 1:56 Seg, duración 36:40
IMÁGENES QUE REPRESENTEN CADA UNA DE LAS CATEGORÍAS	el turismo de salud se compone de cuatro categorías que son: MEDICINA CURATIVA es la que promueve la buena salud de las personas, LA MEDICINA PREVENTIVA identifica los factores de riesgo y entiende mejor la prevención de enfermedades. LA MEDICINA ESTÉTICA			1:57 a 2:30 Seg, duración 31:06
ENTREVISTA		FULL 2: Eduardo Sanchez habla sobre las categorías		2:32 a 2:56 Seg, 26:68 Seg.
IMÁGENES QUE REPRESENTEN CADA UNA DE LAS CATEGORÍAS	La medicina curativa representa una ganancia de 1.000 millones de dólares con proyecciones de crecimiento entre un 20% y 30% en cinco años. las categorías estética y preventiva generan un mayor número de turistas que la curativa. la categoría de bienestar			2:56 a 3:19 Seg duración 24:60 Seg.

ENTREVISTA		Full 8: Michelle Medina habla de cómo surge idea de hacer turismo de salud en la ciudad		8:43 a 9:12 seg, duración 29:58 seg.
IMÁGENES QUE REPRESENTEN LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE LA CIUDAD DE PEREIRA COMO LA RECOLECCIÓN DE CAFÉ.	Con el turismo de salud se da la oportunidad de fortalecer los mecanismos económicos de la ciudad teniendo en cuenta ya no solamente la producción de café y el turismo tradicional sino además los recursos naturales, los atractivos turísticos, las mejoras urbanísticas y arquitectónicas de la ciudad y la prestación de servicios de salud			9:13 a 9:36 seg, duración 24:21 seg.
ENTREVISTA		Full 9: Carlos Guerrero habla de las entidades		9:36 a 10:25 seg, duración 50:05 seg.
IMÁGENES DE EJESALUD, LA GOBERNACIÓN, TERMALES, CLINICAS ETC.	A la integración de las entidades se le suma además el amplio portafolio de servicios que ofrece la ciudad en cuanto a prestación de servicios de salud			10:26 a 10:35 seg, duración 19:83 seg.
ENTREVISTA		Full 10: Michelle Medina habla sobre los servicios de salud que tiene la ciudad		10:36 a 11:29 seg, duración 53:33 seg.
IMÁGENES DE GENTE LLEGANDO A LA CIUDAD, GENTE NAVEGANDO EN INTERNET	Entre las razones más importantes por las que Pereira es reconocida a nivel mundial como prestadora de turismo de salud se encuentran los bajos precios, la buena calidad de sus servicios y el reencuentro familiar			11:29 a 11:42 seg, duración 12:70 seg.
ENTREVISTA		Full 11: Juan Tangarife habla del posicionamiento de la ciudad		11:42 a 12:18 seg, duración 35:84 seg.
FOTO DE YURANY CON LOS DATOS DE ELLA AL FRENTE				12:18 a 12:25 seg, duración 8:33 seg.
ENTREVISTA		Full: 12: Yurany Bedoya habla de las principales razones por las que se operó en Pereira		12:25 a 12:45 seg, duración 19:35 seg.
APOYOS DE ALIRIA				12:45 a 12:48 seg, duración 4:19 seg.
ENTREVISTA		Full 13: Aliria Correa habla de los precios		12:48 a 13:06 seg, duración 18:59 seg.
IMÁGENES DE TURISMO Y SALUD	Los precios de los tratamientos quirúrgicos son de gran importancia para la competitividad entre las ciudades y hasta países debido a que además de ser referencia de la estructura de costos en el mercado son indispensables en la toma de decisiones de los consumidores que tienen opción de viajar a algún destino con un menor precio			13:06 a 13:26 seg, duración 19:70 seg.
ENTREVISTA		Full 14: Michelle Medina habla de los precios		13:26 a 14:16 seg, duración 49:57 seg.
IMÁGENES DE MEGACENTRO, TOMAS EXTERNAS E INTERNAS DE LA CLINICA.	Los bajos precios que ofrece la ciudad se deben además a la creación de la zona franca Megacentro, que hace parte de una de las tantas iniciativas que ha tenido Pereira para integrar todos los servicios tanto de salud como de turismo y comercio			14:16 a 14:30 seg, duración 14:05 seg.
ENTREVISTA		Full 15: Carlos Guerrero habla de las zonas francas		14:30 a 15:13 seg, duración 43:80 seg.

ENTREVISTA		Full 20: Javier Marulanda habla de la promoción		19:38 a 20:55 seg, duración 1:18 seg.
IMÁGENES PROMOCIONES				22:55 a 21:04 duracion 10:50 seg.
ENTREVISTA		Full 21 Yurany habla sobre la promoción		21:04 a 21:41 seg, duración 39:11 seg.
ENTREVISTA		Full 22: Abelardo Marín habla de las falencias de la promoción		21:41 a 22:19 seg, duración 38:22 seg.
IMÁGENES DE PAISAJES DE LA CIUDAD DE PEREIRA, HOTELES, SPAS ETC	La promoción del turismo de salud se da a partir de las ventajas competitivas que tiene Pereira frente a otros lugares, debido a que cuenta con hermosos paisajes, clima calido, excelente atención médica y hotelera e infraestructura acta para la relajación y recuperación			22:19 a 22:38 seg, duración 20:86 seg.
COLLAGE DE ENTREVISTAS DE CARLOS GUERREO, JAIRO FRANCO, JAVIER MARULANDA				22:38 a 23:54 seg, duración 21:30 seg.
AGILIZADOR				23:27 a 23:33 seg, duración 3:72 seg.
ENTREVISTA		Full 23: Aliria Correa habla de por qué escogio Pereira para operarse y el antes y el durante de la operación		23:33 a 23:54 seg, duración 21.30 seg.
IMÁGENES, DESPUES DE LAS CIRUGIAS ESTETICAS, HEMATOMAS, PACIENTES CON DOLOR.	Todos los argumentos apuntan a que la cirugía estética es un procedimientos sencillo que no acarrea muchas consecuencias ni dolor para los pacientes que se somenten a ella, tal vez ningún turista de salud es advertido de los peligros que conlleva realizarse esta practica			23:54 a 24:10 seg, duración 16:10 seg.
ENTREVISTA		Full 25: Aliria Correa habla de la experiencia dolorosa, del posoperatoria		24:10 a 25:26 seg, duración 1:15 seg.
ENTREVISTA		Full 26:Michelle Medina habla sobre la importancia del posopetatorio		25:26 a 25:51 seg, duración 24:61 seg.
ENTREVISTA		Full 27:Yurany Bedoya habla del posoperatorio		25:52 a 26:17 seg, duración 24:55 seg.
QUIRÓFANO, PACIENTES	A pesar de las dificultades que se pueden llegar a presentar durante un procedimiento quirurgico de cualquier indole algunos turistas de salud continuan con la idea de practicarse este tipo de cirugía como es el caso de Aliria Correa			26:17 a 26:31 seg, duración 14.60 seg
ENTREVISTA		Full 28: Aliria Correa dice que no le importaría el dolor con tal de haberse oparado		26:31 a 27:32 seg, duración 1.01 minutos.
IMÁGENES DE PACIENTES Y PERSONAS, IMÁGENES DE CLÍNICAS, CALLES, MÉDICOS	La ciudad de pereira le abre las puertas al turismo de salud como potenciador de la economía pero tras de las cifras y los número hay historias de vida que se convierten en la mejor forma de medir el impacto que la unión del turismo y la salud genera en esta región			27:32 a 27:48 seg, duración 15:61 seg.
IMÁGENES DE GENTE TRABAJANDO, DE LA MARCA DE PEREIRA	Más que tener unos fines económicos o estar únicamente dirigido al desarrollo financiero, el Turismo de Salud en Pereira se ha comprometido con fortalecer otros aspectos, como el posicionamiento de imagen, la llegada de capital extranjero, ser escenario atractivo y de interes para el gobierno nacional y desarrollo de nuevos proyectos			27:48 a 28:10 seg, duración 22:59 seg.

Fuente: Elaboración Propia.

### *3.2 Informe de producción*

Para la realización del documental sobre las cirugías se empezó haciendo una lluvia de ideas de la que salieron varias temáticas como las malas prácticas, clínicas y médicos sin certificación, aspecto psicológico de los pacientes, entre otros aspectos como el turismo de salud.

Después de hacerse una revisión detallada de cada una de estas temáticas se llegó a la conclusión de desarrollar y hacer el documental enfocado en lo que es el turismo de salud, su importancia e implementación en la ciudad. Se escogió este tema teniendo en cuenta que ha sido poco explotado e investigado en la ciudad, además es un tema de gran importancia para el desarrollo no sólo económico sino social.

Para el desarrollo del documental se empieza a hacer una investigación a profundidad acerca de todo lo relacionado con el tema de turismo de salud, por lo cual se hace necesario contactar a las personas que tuvieran que ver con el tema, como por ejemplo personal de la gobernación, médicos, periodistas, psicólogos, esteticistas, personas encargadas de la promoción y pacientes, a partir de tener seleccionadas estas fuentes se dividieron en tres líneas que fueron: Línea gubernamental donde entraban las fuentes de tipo favorable y comprometidas con el desarrollo y la promoción del turismo de salud, Línea de prestación de servicios donde entraban las fuentes que prestan el servicio de turismo de salud, como médicos y esteticistas y la Línea de pacientes que era la fuente directamente relacionada con el tema por ser los pacientes lo que dan inicio al desarrollo del turismo de salud. Además de estas tres líneas se tuvo en cuenta la realización de entrevista a un periodista especializado en turismo y a un psicólogo.

En la primera etapa de entrevistas se hizo el contacto con las fuentes y después se realizaron las entrevistas sólo tomando registro sonoro, con el fin de tener los primeros detalles de lo qué es el turismo de salud, después se paso a investigar en documentos ya realizados acerca del tema y por último se hizo un trabajo escrito completo sobre el contexto de la investigación, su historia y desarrollo en la ciudad.

A partir de este contexto investigativo se da origen a la primera idea de escaleta y argumento para llevar a cabo el documental audiovisual, además se define el título,

que teniendo en cuenta las proyecciones del tema, se opta por titularlo: Turismo y Salud La unión del futuro. Además también se deja claro que el documental será de tipo divulgativo, por su carácter de contar un fenómeno novedoso que se estaba llevando a cabo en la región teniendo como epicentro la ciudad de Pereira.

La etapa de producción del documental se empieza contactando nuevamente las fuentes y definiendo qué día se iba a realizar las entrevistas ya no sólo con registro sonoro sino además audiovisual, por lo que entre las últimas semanas de marzo y las dos primeras de abril se lleva a cabo toda la grabación de las entrevistas.

Durante la primera semana de mayo se realiza la grabación de las imágenes de apoyo y se hace una búsqueda de la voz en off indicada que se adaptara a las características narrativas, de la cual se seleccionó una voz masculina, cambiando de esta manera lo que se había planteado en un principio, que tendría una narración con voz femenina.

Hechas las entrevistas se pasa a realizar una revisión y pietaje de las mismas, se retoma el argumento y la escaleta a los que se les hacen algunos cambios según lo encontrado en las grabaciones y de esta manera se da origen al guión narrativo, el cual se realizó entre los días 14 – 15 y 16 de mayo.

La etapa de edición se da entre las semanas 3 y 4 de mayo y las dos primeras de junio; durante estas semanas se hace una revisión del material que se iba a utilizar para el documental, se sube el material seleccionado, se hace el off line con los testimonios y la voz en off y posteriormente se empiezan a poner s imágenes de apoyo a la voz en off, se hace la corrección de color y por último se musicaliza. A partir de esta edición nuevamente se hace una última corrección tanto de guión, escaleta y argumento, quedando así el día 7 de junio el documental terminado.

## **Conclusiones**

-El Turismo de Salud ofrece a la ciudad de Pereira grandes ventajas para su desarrollo y mejoramiento en diferentes ramas, no sólo por su aspecto de impulsar a la construcción de nueva infraestructura vial, hotelera, médica y comercial, sino además porque permite la generación de empleo y la oportunidad de atraer turismo mundial.

-A pesar de que Pereira es una ciudad en constante crecimiento y evolución que cuenta con grandes atractivos es de anotar que aún le hace falta fortalecer algunos aspectos para posicionarse entre las ciudades con mayor demanda en la prestación del servicio de Turismo de Salud.

## **Recomendaciones**

-Fortalecer la imagen de la ciudad de Pereira en cuanto a los servicios y la excelente calidad humana con la que cuenta por medio de publicidad que pueda ser recibida por personas de todas partes del mundo con el fin de dar a conocer tanto a Pereira como sus atractivos y servicios.

-Profundizar en la realización de investigaciones sobre el tema de Turismo de Salud que permitan dar cuenta de los beneficios, las falencias y necesidades que presenta la ciudad para el desarrollo de este tema y los que a su vez presenta el Turismo de Salud para la ciudad.

-Asegurar el compromiso, la unión y organización de las entidades encargadas del desarrollo del Turismo de Salud en la ciudad con el fin de convertir a Pereira en una ciudad competitiva y atractiva para otras partes y personas interesadas en adquirir los servicios.

## Referencias

Asociación nacional de turismo (en línea) Español, Recuperado el 4 de septiembre de 2009 de [www.anato.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=111&Itemid=2](http://www.anato.org/index.php?option=com_content&view=article&id=111&Itemid=2)

Discovery salud, El auge de las cirugías (en línea), español, Recuperado el 21 de septiembre de 2009 [www.tudiscoverysalud.com](http://www.tudiscoverysalud.com).

Federación Nacional de Comerciantes, pag 2, 2007 (en línea), Español, recuperado el 5 de septiembre de 2009 de [www.fenalcovalle.com](http://www.fenalcovalle.com).

Ministerio de comercio, industria y turismo, resumen Ejecutivo (junio 2009). Desarrollando sectores de clase mundial en Colombia, pag 16.

Periodico el pulso, el periodico para el sector salud, diciembre de 2008, Cambio extremo en cirugía plástica estética (en línea), español, Recuperado el 7 de septiembre de 2009 de <http://www.periodicoelpulso.com/html/dic06/debate/debate-01.htm>

Revista la Barra, Turismo de Salud, La próxima frontera, 2006, pag 3 (en línea), Español, recuperado el 12 de septiembre de 2009 de [www.revistalabarra.com.co/larevista/edicion-33/hoteles-y-casinos-2/turismo-de-salud-la-proxima-frontera.htm](http://www.revistalabarra.com.co/larevista/edicion-33/hoteles-y-casinos-2/turismo-de-salud-la-proxima-frontera.htm)

Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica, estética y reconstructiva, (en línea), Recuperado el 10 de septiembre de 2009 de [www.cirurgioplastica.org.co](http://www.cirurgioplastica.org.co)

## Entrevistas

-Copete, Carlos Mauricio, Turista de salud, Entrevista realizada 06 de Septiembre de 2010

-Gil, Carlos Andrés, Director de Turismo de Risaralda, Entrevista realizada 18 de Agosto de 2010

-Heno, Pablo, Gerente de Eje Salud, Entrevista realizada 10 de Agosto de 2010.

-Marulanda. Gómez, Javier Darío, Secretario de Salud Departamental, Entrevista realizada 18 de Agosto de 2010

-Tangarife, Juan Alberto, Esteticista Spa Figura Ideal, Entrevista realizada 01 de Septiembre de 2010

## **Apéndice A**

Apéndice A. Documental Audiovisual “Turismo y Salud: La unión del futuro ( ver DVD)