

MOVILIDAD SANITARIA: POR QUÉ KAZAJSTÁN

Almaty, Julio de 2018

Kazajstán es un mercado atractivo para la movilidad sanitaria debido a una oferta de servicios sanitarios prestados localmente con unos niveles de calidad muy básicos y mejorables según la OCDE, que se combina con una población creciente con un nivel alto o muy alto de poder adquisitivo y una clase media en expansión.

De todos los países de Asia Central, Kazajstán es el único país con un nivel de renta medio sustentado por unas importantes riquezas naturales y una estabilidad política que le garantiza la existencia de una clase social exigente y demandante de este tipo de servicios médicos. Sin embargo, este contexto económico y político no se ve todavía apoyado a nivel social por un sistema sanitario eficiente que garantice una oferta comprensiva de calidad ni a nivel público ni a nivel privado (el gasto en salud como porcentaje del PIB ascendió a un 4,89% en Kazajstán o 412 dólares per cápita, mientras la media en los países de la OCDE se encuentra en el 8,9%).

Los hospitales públicos se encuentran en proceso de reestructuración ante unos estándares que según la OCDE no considera todavía al paciente como eje central de la oferta. Y a nivel privado el país posee todavía un bajo nivel de desarrollo del mercado de seguros sanitarios, si tenemos en cuenta que a junio de 2018 tan solo se contabilizaron 176.854 contratos de seguros médicos voluntarios.

Por estas razones, existe una serie de patologías que las personas de nacionalidad kazaja con cierto poder adquisitivo tratan en el extranjero: neuroquirúrgicas, oncológicas, cardiológicas, ginecológicas, gastroenterológicas, tratamientos estéticos y chequeos.

En definitiva, no son servicios médicos más baratos lo que busca este segmento de demanda sino servicios que no se ofrecen localmente o no guardan la suficiente calidad. Para ello acuden a destinos como Alemania, Corea del Sur, Israel, etc.

España presenta en este contexto una imagen general de calidad puesta de manifiesto a través del turismo aunque, sin embargo, es todavía algo desconocida como destino sanitario debido a la falta de campañas de publicidad y marketing a diferencia de otros países que atraen este tipo de negocio.



La principal barrera es, por consiguiente, el desconocimiento de una oferta especializada y comprensiva de servicios sanitarios en España, a pesar de la imagen de calidad que el kazajo tiene de nuestro país. Otras barreras de carácter no comercial se refieren a la falta de vuelos directos a España y de la necesidad de obtener visado. La primera cuestión podría paliarse mediante un mayor conocimiento de España combinando una buena oferta de servicios sanitarios con visitas turísticas y compensen, de esta manera, la lejanía en tiempo y medio de transporte, en competencia con otros países como Alemania, por ejemplo, que no disponen de dicha oferta turística. En cuanto a los visados, al igual que otros países de nuestro entorno, se resuelve a través de intermediarios o agencias que faciliten este tipo de servicios.

En conclusión, por el nivel de calidad limitado de los servicios médicos locales, la escasa penetración de las compañías de seguro médico y el alto nivel de poder adquisitivo de un segmento de la población de Kazajstán, España podría llegar a ser un mercado de destino de movilidad sanitaria significativo, al igual que la Federación Rusa u otros países de su entorno.