



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR

DEPARTAMENTO DE GEOGRAFÍA Y TURISMO

TESINA DE LICENCIATURA EN TURISMO

Turismo médico en Argentina: el turismo por motivos odontológicos como modalidad potencial

**Tesista: Stefano Marconi
Directora: Lic. Romina Matamala**

BAHÍA BLANCA, 2025

Agradecimientos

Agradecer en principio a mi directora Romina Matamala por toda la orientación y predisposición constante para el desarrollo del escrito.

A mis padres, por la compañía y el apoyo que me dieron siempre en todo momento.

A mi hermano, mis amigos y al resto de mi familia por el apoyo.

A la Universidad Nacional del Sur y sus profesores, por la gran formación académica y humana.

A Rubí Díaz, mi dentista, que me dio la idea para el desarrollo del tema de esta tesina.

También a todos los profesionales del sector odontológico de la provincia que ayudaron y colaboraron en la recopilación de datos para la realización de este trabajo.

A Tiara Pena por ayudarme en la realización de la entrevista con Patricia Roa, a quien también le agradezco inmensamente por la información brindada.

Y a todas aquellas personas con las cuales he compartido algún momento durante alguna clase.

¡A todos, muchísimas gracias!

Índice

INTRODUCCIÓN.....	4
1. CAPITULO I: Aspectos Metodológicos	5
1.1 Planteamiento del problema.....	5
1.2. Objetivos	8
1.2.1 Objetivo general	8
1.2.2 Objetivos específicos.....	8
1.3. Hipótesis	8
1.4. Metodología y técnicas	8
2. CAPITULO II: Marco de Referencia	10
2.1. Turismo Médico	10
2.1.1 Aproximación del perfil de un turista médico	12
2.1.2. Tendencias económicas dentro de la modalidad turística	18
3. CAPITULO III: Análisis del área y tema de estudio.....	23
3.1. Alcances del turismo médico en Argentina.....	23
3.1.1 Acciones de organismos nacionales e internacionales de alcances públicos y privados	28
3.1.2 Capital humano y servicios odontológicos a nivel nacional	35
3.1.3 Entidades turísticas como intermediarios de los servicios médicos.....	41
3.2. Demanda de servicios odontológicos en Argentina	45
3.2.1 Análisis aproximado sobre la percepción de profesionales dentales de CABA y la provincia de Buenos Aires.....	49
4. CAPITULO IV: Diagnóstico	56
4.1. Análisis FODA.....	56
5. Consideraciones Finales	59
6. Bibliografía.....	62
7. Anexos	69

INTRODUCCIÓN

El estado de salud siempre ha sido una preocupación central en la vida de toda persona adulta a nivel mundial. Esta necesidad, heredada desde tiempos antiguos, ha impulsado históricamente a los individuos a desplazarse hacia otros lugares con el fin de recibir prácticas medicinales, ya sea para prevenir enfermedades o tratar dolencias que los aquejaban. A lo largo del tiempo, con el avance de la medicina y el crecimiento del turismo, esta motivación ha evolucionado hasta configurar una forma estructurada de movilidad turística, hoy conocida como turismo médico.

En las últimas décadas, esta actividad ha experimentado una notable transformación, diversificándose en función de nuevas motivaciones, necesidades y comportamientos que presentan los viajeros. Esta evolución ha dado lugar al surgimiento de modalidades turísticas alternativas complementarias al ocio tradicional, incorporando objetivos vinculados a la salud, el bienestar, la espiritualidad, el desarrollo personal o el acceso a servicios especializados. En este contexto, el turismo médico se presenta como una de las expresiones más significativas de esta nueva configuración del mercado turístico global.

En América, Argentina, se posiciona como un país con un gran potencial para el desarrollo de este segmento de viajes, debido a una combinación de factores históricos, económicos y profesionales. El país no solo cuenta con instituciones médicas de prestigio y reconocimiento internacional, sino también con una oferta turística complementaria que enriquece la experiencia del visitante-paciente, todo esto bajo la tutela y gestión de entes u organizaciones públicas y privadas. Dentro de este panorama, el segmento de la salud bucodental adquiere un rol destacado, dado el elevado nivel técnico de sus profesionales, la amplia oferta de servicios y los costos competitivos en relación con países desarrollados.

Considerando el crecimiento sostenido del turismo médico y la consolidación de la atención odontológica como una de sus ramas más dinámicas, este trabajo propone analizar el desarrollo de este segmento en Argentina, con especial atención a la prestación de los servicios odontológicos orientados al turismo internacional. A partir de esta introducción, se presenta el planteamiento del problema que guiará la investigación posterior, en el cual resulta de gran relevancia analizar en profundidad el desarrollo que viene teniendo este segmento turístico en el país, como se articulan y contribuyen estos diferentes entes para la prestación de esta modalidad de manera óptima, conocer el perfil del turista médico y sus necesidades, entre otros.

1. CAPITULO I: Aspectos Metodológicos

1.1 Planteamiento del problema

El turismo, según la ONU Turismo se define como un fenómeno social, económico o cultural el cual implica el desplazamiento de cualquier persona, o mejor llamado viajero, fuera de su entorno habitual, ya sea por motivos personales, profesionales y de negocios, donde a través de la participación en actividades, generalmente de ocio, generan un gasto turístico a cambio de vivir experiencias distintas fuera de lo cotidiano (ONU Turismo, 2025). Dicha definición, también abarca actividades que no son ociosas en su totalidad, sino que pueden significar cuestiones más importantes para los viajeros que el mero hecho de conocer un lugar nuevo, como pueden ser aquellas vinculadas a la religión, la espiritualidad, como una necesidad para escapar de los problemas cotidianos y del estrés habitual, asimismo, los desplazamientos relacionados con cuidados del cuerpo o tratar temas de salud.

Esta última motivación mencionada, apunta a lo que se conoce como turismo de salud o turismo médico. Ambos conceptos que son nombrados hoy en día por el turismo como un fenómeno o tipo de movilidad donde el turista organiza un viaje hacia otro destino con el objetivo principal de mejorar su condición de salud a través de algún tipo de tratamiento o atención médica de gran calidad. Ambas nociones mencionadas engloban desde la búsqueda de tratamientos estéticos y de “bienestar”, hasta aquellas en las cuales se consideran cuestiones clínicas y quirúrgicas, donde la intervención médica constituye uno de los componentes centrales (Basualdo, 2020). Para dejar aún más clara esta diferenciación interna y el uso indistinto de los conceptos de “salud” y “médico”, la primera rama estaría destinada al turismo de bienestar e implicaría actividades de tipo spa o termal, yoga o meditación, mientras que, el turismo médico, refiere a tratamientos más significativos para la salud de una persona, como el de prevención de enfermedades, tratamientos de rehabilitación por una situación de obesidad o adicciones, estéticas y de belleza, y aquellas relacionadas a intervenciones esenciales y más urgentes para la vitalidad del turista (quirúrgicas y cirugías) (Aragonés, 2012). Según Hall (2011) en García-Marin, Braçe y Garrido-Cumbrera,

“El turismo médico puede definirse como la combinación de los viajes de pacientes a un destino vacacional para una posible experiencia de ocio y una intervención médica, la cual puede incluir el tratamiento de una enfermedad, cirugía estética, servicios

dentales, tratamientos de fertilidad o programas de rejuvenecimiento (Marin, Braç e y Cembrera, 2023: 214)”.

A su vez, existen ciertas razones por la cual las personas viajan hacia otro destino para atención médica, entre las cuales se considera:

“...a las personas que viajan también por los menores costos de tratamiento e intervenciones médicas o la disponibilidad de especialistas altamente capacitados, tecnología más avanzada o mejor calidad de las prestaciones en el país de destino, o por la existencia de largas listas de espera o de restricciones legales complicadas y requerimientos quirúrgicos mayores de ciertos procedimientos en el país de origen” (Ciupik, Hutter y Porto, 2023: 126).

La ONU Turismo evidencia una gran atención puesta en lo que respecta al turismo médico, el cual presenta un crecimiento constante:

“...el turismo de salud, de bienestar y médico ha crecido de forma exponencial en los últimos años y es cada vez más importante en muchos destinos. El turismo de salud es un segmento emergente, mundial, complejo y sumido en un cambio vertiginoso, que los destinos han de entender mejor si quieren aprovechar las oportunidades y abordar mejor los retos” (ONU Turismo, 2018: s/p).

Por otro lado, la Organización Mundial de la Salud (OMS), menciona a la salud bucodental que es definida como un estado de la boca, dientes y estructuras orofaciales que permiten a las personas realizar las funciones esenciales como comer, respirar y hablar y la cual incluye variedades de enfermedades y afecciones en dichas zonas, que se pueden producir a lo largo de la vida si es que no se mantiene un cuidado del mismo. Este tipo de afecciones suponen, según la propia OMS, una importante carga para el sector salud de muchos países, en donde estiman un número de 3500 millones de personas con algún tipo de estos problemas (OMS, 2022).

Por otra parte, existen organismos específicamente dedicados al turismo médico, como la Global Healthcare Association (GHA), entidad encargada de acreditaciones de normas internacionales para programas destinados al turismo médico, y por otro lado la Medical Tourism Association (MTA), fundada con la misión de promover asociaciones a nivel internacional entre personas y empresas para el desarrollo de esta actividad, y la cual tiene un total de 46 países en el mundo asociados a dicho ente, siendo Argentina uno de ellos (Informe anual MTA, 2020-2021). Asimismo, a nivel nacional, este tipo de turismo se encuentra gestionado por la Cámara Argentina de Turismo Médico (CATM), un organismo

impulsado por el Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR), encargado de la promoción turística de Argentina hacia el mundo. La CATM, funciona como una fuente informativa de todos los atributos médicos, tecnológicos y científicos que poseen las diferentes clínicas, hospitales y centros de salud asociadas a este ente nacional de primer nivel. Según sus redes sociales y su página oficial, son más de 30 instituciones asociadas destinadas a diversas ramas de la salud, donde además de lo odontológico o dental, se encuentran áreas médicas especializadas tales como la oncología, cardiología, centros de rehabilitación neurológica, de obesidad, cuestiones estéticas de las personas, clínicas de ojo y aquellas relacionadas con la fertilidad e inseminación artificial. Todas estas instituciones que van desde clínicas, hospitales y sanatorios, presentan un reconocimiento nacional por su nombre y su gran nivel tecnológico para la atención de pacientes, por ejemplo, el Instituto Alexander Fleming, el Sanatorio Otamendi, el Hospital Británico, entre muchas otras distribuidas en el país.

Para que este segmento turístico se pueda llevar a cabo, la CATM también tiene asociado a un grupo de agencias de viaje especializadas en este campo, definidos por dicho ente como “facilitadores”. Éstos, según una primera aproximación del tesista con el organismo, se encargan de la organización de todo lo que conlleva un viaje de índole turístico, como es el hospedaje, vuelos o traslados, y le agregan su parte diferenciadora del resto de viajes tradicionales, que es la coordinación de turnos y cualquier práctica para realizar en los nombrados centros de salud.

En este contexto y dado el gran desarrollo que presenta el turismo médico en general y el sector odontológico y dental en Argentina, la cual cuenta con una infraestructura de gran calidad y un gran número de mano de obra especializada en esta actividad (en torno 44.000 profesionales según la Academia Nacional de Odontología), el presente trabajo buscará analizar la demanda de servicios odontológicos como parte de un segmento dentro del turismo médico. Por lo cual, los interrogantes que guían dicha investigación son: ¿los tratamientos odontológicos permiten la llegada de turistas internacionales a Argentina?, ¿las agencias de viaje dedicadas al turismo médico ofrecen a los extranjeros productos relacionados a la salud en general y a la bucodental en particular?

1.2. Objetivos

1.2.1 Objetivo general

- Analizar el turismo médico en Argentina y, en particular, el turismo odontológico como parte de dicha modalidad turística.

1.2.2 Objetivos específicos

- Conocer la oferta del turismo médico de Argentina.
- Identificar la demanda existente de la modalidad turística a nivel nacional.
- Indagar sobre acciones realizadas por distintos organismos para el impulso del turismo médico en general.
- Analizar la oferta actual de servicios odontológicos de CABA y la provincia de Buenos Aires que resulten atractivos para el potencial turista internacional.
- Conocer la percepción de los profesionales de la odontología de la CABA y la provincia de Buenos Aires acerca del turismo médico.

1.3. Hipótesis

La infraestructura médica, el nivel de los profesionales de salud y el arribo de visitantes internacionales que posee Argentina, permiten que el turismo odontológico sea considerado un potencial segmento dentro del turismo médico.

1.4. Metodología y técnicas

Se utilizó un enfoque cualitativo con un alcance de investigación de tipo mixto. Por un lado el exploratorio, definido como el tipo de investigación que “se efectúa sobre un tema u objeto poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial del conocimiento” (Arias, 2006: 23). Por otro lado, el alcance de tipo descriptivo, que, según Arias, se encarga de la descripción o caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo con el fin de establecer una estructura o comportamiento del mismo (Arias, 2006).

Para el cumplimiento de los distintos objetivos de la investigación, en principio se buscó bibliografía pertinente para elaborar el marco conceptual y el alcance de la actividad en diferentes escalas geográficas. Asimismo, se realizó una entrevista de tipo abierta a partir de preguntas enviadas vía mail en forma de guía, a organismos responsables del turismo médico en Argentina, como la Cámara Argentina de Turismo Médico, que a través de su gerente Graciela Esponda, se permitió recabar valiosa información para este escrito. Del mismo modo, se entrevistó a agencias y profesionales encargados de la organización de viajes de salud, como Patricia Roa, responsable principal de la Agencia Goose Travel con el propósito de conocer la oferta disponible en este segmento y la demanda existente del turismo médico en el país. Esta última fue de tipo estructurada en donde se realizó un formulario con preguntas más específicas que fueron enviadas por mail.

Y por último, se buscó encuestar a profesionales especializados en el campo de la medicina y, en particular, de la odontología a nivel provincial, para identificar su grado de familiaridad y percepción relacionadas con el turismo médico. La misma fue realizada de esta manera y no a nivel nacional a partir de la naturaleza exploratoria de la misma, en donde se pretendió tener una primera aproximación al fenómeno por parte de estas personas.

Para ello, la encuesta se realizó mediante un cuestionario telefónico enviado de manera directa entre septiembre y los primeros días de octubre de 2025 a la mayor cantidad de consultorios odontológicos de CABA y la provincia de Buenos Aires, logrando obtener 34 respuestas exitosas. El mismo se conformó de 2 secciones introductorias —indicando género y residencia—, 3 preguntas cerradas y 2 preguntas categorizadas.

2. CAPITULO II: Marco de Referencia

2.1. Turismo Médico

En principio resulta importante detallar los grandes fenómenos que permiten la conjugación del turismo médico. Para ello, por un lado, se encuentra el propio turismo representado como un fenómeno social, económico y cultural de gran importancia a nivel global. El mismo, que en un principio surgió como una opción más para el disfrute del ocio de las personas luego de sus jornadas laborales fuera de su espacio cotidiano, hoy en día representa una forma de vida prácticamente para muchas personas en el mundo y que según la ONU Turismo, significa no solo una de las actividades económicas más importantes de varios países, sino que también genera grandes impactos en otros sectores, tales como la calidad de vida de los habitantes y su desarrollo social (Meza, 2016).

Por otro lado, está la Medicina, que según la RAE, “representa un conjunto de conocimientos y técnicas aplicados a la predicción, prevención, diagnóstico y tratamiento de las enfermedades humanas y, en su caso, a la rehabilitación de las secuelas que se puedan producir” (Real Academia Española, 2024).

Tanto el turismo como la medicina comparten un aspecto fundamental: ambos buscan satisfacer necesidades humanas, aunque de distinta naturaleza. El turismo apela al deseo de ocio, exploración y experiencias nuevas, mientras que la medicina se centra en la salud y el bienestar físico. Esta convergencia de intereses es lo que sustenta el crecimiento del turismo médico, un segmento que combina la búsqueda de tratamientos médicos con la experiencia de viajar. Es así que cuando se habla de turismo médico, nos referimos a un segmento interno dentro del turismo salud, el cual busca la vinculación de los viajes de placer, junto con la demanda deliberada de intervenciones médicas, que tienen como objetivo final la curación de enfermedades, el mantenimiento de la salud, la rehabilitación, la prevención de enfermedades, la liberación del estrés y para salir de la monotonía, entre otras motivaciones asociadas con la salud (Connell, 2006).

Dicho segmento turístico se da gracias a la aparición de la globalización, la cual ha transformado radicalmente la forma en que vivimos, trabajamos y viajamos, permitiendo que este segmento turístico haya experimentado un crecimiento exponencial, diversificándose y adaptándose a las nuevas demandas de los consumidores, cada vez más especializadas y particulares. En este sentido, teniendo en cuenta la evolución entre los modelos fordistas y postfordistas del turismo explicada por Donaire en base a estudios

realizados por Urry (1990), Hitchcock (1993), Warren (1990), Marchena (1994), Pretes (1996) o Llurdes (1998), se puede hablar de un fenómeno que ha cambiado de manera muy vertiginosa entre los años 80 y 90, pasando de ser una actividad que se caracteriza a grandes rasgos, por la uniformidad en su demanda, la concentración extrema de su oferta turística que se dirige hacia espacios reducidos como playas o montañas y la maximización de sus visitantes que terminaban generando un gran nivel de vulnerabilidad y degradación en general de los espacios, a ser un modelo basado en la universalidad de consumo de los espacios turísticos, donde sus productos se caracterizan por la singularidad y especificidad, ampliando las fronteras de motivaciones para la realización de viajes turísticos en gran medida, por lo cual turismo como tal se podría justificar con cuestiones como el conocimiento de cultura, asistir a espectáculos, la visita a congresos y hasta la religión, dicho de otra forma, generando que cualquier espacio sea potencialmente turístico (Donaire, 1998). Es así como gracias a este contexto actual en donde la actividad turística puede significar un aspecto secundario en la realización de un viaje, ha dado lugar a la aparición del turismo médico.

Esta modalidad, que en un principio ha surgido como un nicho en el turismo y, como una actividad meramente económica y destinada a un sector exclusivo de la sociedad (Goodrich & Goodrich, 1987), hoy en día representa un campo importante a nivel internacional, y que ha sabido posicionarse cada vez mejor en el mercado turístico debido, en gran medida, a las grandes problemáticas y falencias que vienen teniendo diversos países en cuanto a sus propios sistemas de salud, los cuales no les pueden brindar la posibilidad a sus propios ciudadanos para una atención por una gran cantidad de causas, tales como los altos costes de atención, sus limitadas coberturas de seguros o las listas de espera para dicho servicio se traducen en una gran cantidad de personas que deciden viajar largas distancias para obtener esta clase de cuidados en países distintos a los de su origen (Almanza, Muñoz y Hernández, 2016).

A partir de las deficiencias mencionadas de muchos de estos países desarrollados, tales como Estados Unidos, Canadá o Reino Unido, han generado la proliferación de la salud como un bien privado y ser una fuente de comercialización realmente importante, en donde tanto los países que ofrecen estos servicios como la propia actividad turística como tal han sabido aprovechar. Además, teniendo en cuenta que la realización de cualquier tipo de actividad turística debe buscar “cautivar los sentidos e invitar al conocimiento y a la vivencia de nuevas experiencias” (Soto Almela, 2017 p.67), el turismo médico no escapa a

ello y marca su éxito en torno a la promoción de muchas características diferenciadoras que hacen de estos productos muy atractivos en el mercado global.

Así, surgen innumerables cantidades de ejemplos que se pueden mencionar sobre lugares, técnicas y tratamientos de salud —heredados desde tiempos antiguos— que son puestos en valor y que hoy se ofrecen al momento de promocionar estos viajes. Entre ellos, se encuentran los tratamientos termales en Japón, Grecia y Roma antigua en donde se nombran y relatan largos viajes hacia localidades específicas de la región como Epidauro, complejos romanos de la época y visitas a los onsen japonés desde tiempos remotos. Por otro lado, son mencionados los aportes realizados por los reinos islámicos en relación a la medicina, en donde se les atribuye la creación de los primeros hospitales de la historia. Y por último, las técnicas milenarias especializadas y alternativas, la primera se refiere a lo aportado desde la India con la introducción de más de cien instrumentos quirúrgicos y las distintas cirugías que se realizan a diario en las personas ya sean operaciones, plásticas o externas e internas y en el segundo caso con los diferentes tratamientos alternativos traídos desde el imperio chino, como la acupuntura, moxibustión, fitoterapia, masajes, dietoterapia, Taichí o Qigong (Aragones, 2012).

A partir de este escenario planteado, en donde convergen tanto desigualdades sanitarias como también innovación en servicios y la búsqueda de experiencias integrales (que combinan tratamiento médico y disfrute turístico), se demanda una comprensión más profunda de sus actores clave. En este sentido, en el siguiente apartado se analiza el perfil del turista médico: sus motivaciones, comportamientos y expectativas, que definen la dinámica actual de este mercado.

2.1.1 Aproximación del perfil de un turista médico

A fin de caracterizar a un turista médico, resulta importante centrarse tanto en lo que implica el estudio del porqué de su desplazamiento hacia otro país y las motivaciones que los llevan a realizar este tipo de viajes y por el otro lado, es relevante tratar de dilucidar la forma de comportamiento que presenta esta clase de turistas en el destino y sus características generales.

En lo que respecta a la primera cuestión, a partir de los trabajos de Brizio (2014) y Fuentes (2009), se puede conocer la complejidad que presenta un turista médico. El mismo se encuentra representado como un turista que puede o no tener la motivación de realizar turismo como tal, donde su desplazamiento hacia otro país se encuentra determinado por

otras necesidades. Para ello, a partir de la primera autora nombrada, resulta útil mencionar una clasificación brindada por Cohen (2008), en donde se mencionan 5 grupos que se distinguen dentro de este segmento turístico:

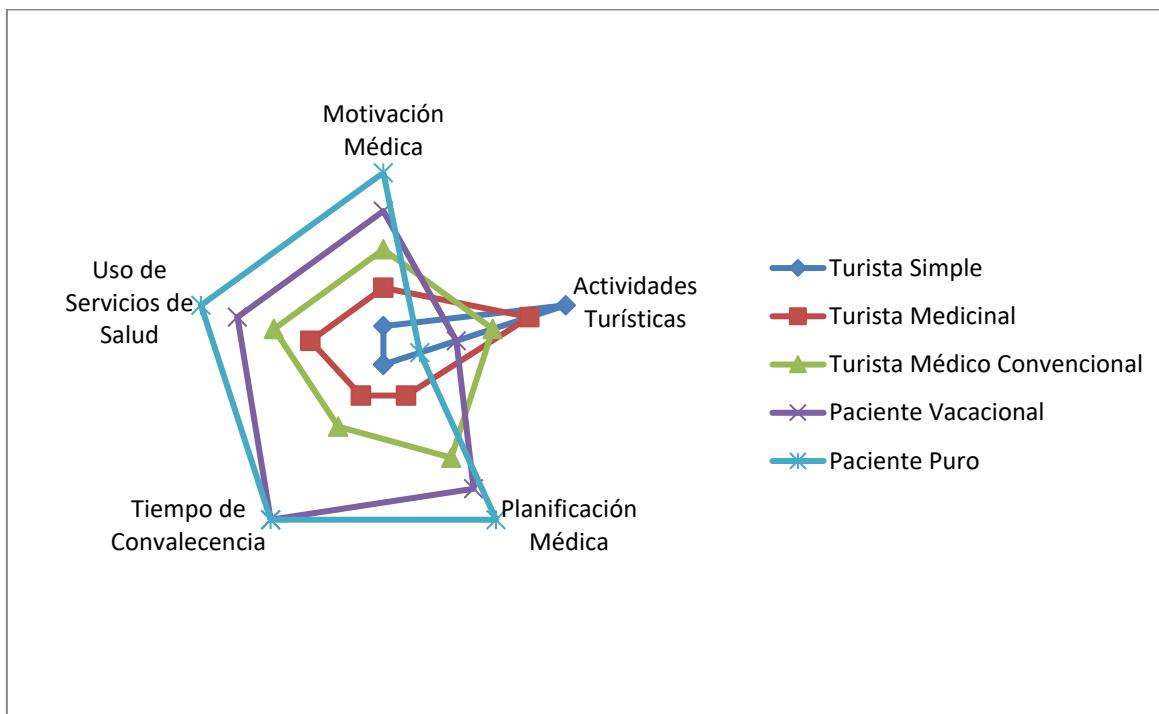
- Turista Simple
- Turista Medicinal
- Turista Médico Convencional
- Paciente Vacacional
- Paciente Puro

La división entre cada grupo de viajeros se encuentra determinada en el grado de motivación y de implicancia presentada con alguna actividad del campo médico, estableciéndose para ello dos extremos totalmente opuestos entre sí, siendo el de menor intervención el Turista Simple definido como un viajero convencional que no hace uso de ningún tipo de servicio médico en el destino en el que se encuentra y el cual solo viaja por mero disfrute de sus vacaciones usando su tiempo de ocio en cualquier otro tipo de actividad. Opuesto a este se encuentra el Paciente Puro, siendo un tipo de persona que visita un país diferente al de su origen solo con el motivo principal de recibir cualquier tipo de tratamiento médico y donde no existe un comportamiento de vacacionar o realizar las actividades turísticas convencionales como tal. Dentro de estos dos extremos mencionados, se pueden distinguir 3 grupos adicionales, los cuales van elevando paulatinamente en su relación con lo que implica una actividad médica como tal. Entre ellos se encuentra por un lado el Turista Medicinal, que se caracteriza en todo aquel viajero que recibe cualquier clase de tratamiento médico a raíz de cualquier tipo de problemática ligada con la salud surgida durante su viaje en un país o localidad distinta a la de su origen, el Turista Médico Convencional, el cual se diferencia del anterior ya que es el primer grupo en donde ya se encuentra contemplados de antemano por parte de estos turistas la realización de actividades ligadas a la medicina y tratamientos, aparte de la realización de turismo, y por último el Paciente Vacacional que se trata del tipo de viajero que se desplaza a un destino diferente al de su residencia habitual con el objetivo principal de recibir algún tratamiento médico y que a la vez utiliza dicho viaje para vacacionar durante el periodo de convalecencia que sigue después de una operación o cualquier otra cuestión específica relacionada con la salud (Brizio, 2014). A partir de todo este desarrollo, se puede evidenciar cierto número de factores que permiten diferenciar de manera más resumida a este tipo de turistas, tales como el nivel de motivación médica, la planificación que se hace

para la realización de este tipo de viajes, el uso de servicios relacionado a la salud en el lugar, la duración de tiempo de convalecencia que tiene esta clase de viajero en el destino y el nivel de interés que presenta este tipo de turista para realizar actividades de ocio o recreación (Figura 1).

Figura 1

Diferencia entre tipos de turista médico según necesidades



Fuente: Marconi, S., 2025 en base a Brizio (2014)

A partir de esta división, se puede llegar a entender que a medida que el nivel de participación y motivación por la realización de estos viajes aumenta, los tratamientos o servicios consumidos serán cada vez más significativos para la salud de este tipo de turistas, y donde en contraposición si los niveles de implicaciones son bajos, la motivación por realizar actividades médicas serán menos importantes para esta clase de turista, ya que el deseo por la realización de actividades que se llevan a cabo en el destino estarán volcadas mayormente en el ocio o en la medicina vista más como una actividad de esparcimiento y relajación que como una cuestión para la mejora de la salud de la persona. Para ello, también resulta útil mencionar una clasificación de Bolis (2008) mencionada en el texto Fuentes (2009) para dejar marcada de una manera más clara esta distinción, en donde se distinguen 5 grupos distintos:

- **Servicios hospitalarios especializados:** Referido a aquellos servicios altamente especializados en la salud que son prestados en hospitales y clínicas. Los mismos siendo brindados por profesionales altamente especializados para tratar alguna enfermedad o condición en particular, siendo considerados servicios esenciales para la recuperación de la salud de una persona. Por ejemplo, se puede mencionar el trasplante de un órgano.
- **Atención ambulatoria en medicina y odontología:** Abarca los servicios médicos ambulatorios y dentales que se prestan en los consultorios, representándose como servicios más comunes a recibir, tales como los controles médicos, implantes dentales o tratamientos de caries.
- **Servicios medicinales de esparcimiento:** Representado como los tipos de servicios de salud que se brindan en clubes, complejos o lugares que gracias a sus atributos naturales que generan efectos positivos en la salud a través de distintas actividades y programas de tratamientos, se buscan tratar dolencias y prevenir enfermedades de sus visitantes. Entre sus ejemplos más claros se pueden nombrar los centros termales.
- **Cirugías estéticas:** Esta es representada como la modalidad más común de intercambios de servicios consecuencia de factores como no necesitar de la referencia de un médico, siendo servicios más directos para esta clase de turistas, sin precisar seguros médicos, pudiendo analizar diferentes lugares y priorizar aquellos que le garanticen confidencialidad, profesionalismo y le resulten más económico.
- **Terapias alternativas:** Comprende al cualquier tipo de terapia propias de la medicina alternativa que se mencionaron anteriormente como la acupuntura, masajes, etc.

A partir de todo esto, se entenderá que el paciente puro se dirigirá especialmente a otro país para recibir un servicio hospitalario especializado, mientras que un turista médico convencional o medicinal demandará los demás servicios establecidos en los grupos restantes.

Referido al comportamiento presentado por estos turistas en destino, teniendo en cuenta la información brindada por Graciela Esponda (2024) y otros estudios realizados sobre la demanda del turismo médico en otros países que se verán a continuación, se determinan algunos patrones que se pudieron resaltar. A saber, tal como expresó la entrevistada:

“Este tipo de viajero posee un carácter no estacional, lo que significa que el mismo presenta un flujo constante durante todo el año, y que su estadía promedio se encuentra entre 4 y 5 veces más que un turista convencional y que puede significar una duración que puede extenderse entre 3 y 6 semanas, dependiendo del tratamiento médico buscado” (Esponda, 2024).

Otro dato adicional que se mencionan tanto en los brindados por Esponda, como también en estudios realizados en países extranjeros, como por ejemplo el de Quintana (2020) en España, se encuentra relacionado con todos los gastos que realizan esta clase de viajeros una vez que se encuentran en el destino, siendo los mismos de un nivel elevado en comparación con un turista promedio, en donde a partir de los evidentes factores que distinguen a estos últimos con un turista internacional como la gran diferencia entre el poder adquisitivo de uno y otro, marcan una disimilitud evidente. Respecto a esto el Consejo Económico y Social de la ciudad de Buenos Aires (CESBA) en el año 2012 ya estimaba un gasto diario establecido en 1100 dólares por parte de los pacientes extranjeros que visitan Argentina junto a una duración que en ese momento fue estimada en 10 días de estancia promedio que los mismos pasaban en el país. Sin embargo, frente a los últimos datos brindados por el Sistema de Información Turística Argentina (SINTA), dejan clara una diferencia, al establecer valores menores, los cuales a partir del primer y segundo trimestre del año 2024, se establecen promedios de estadía de 6,4 y 3,6 noches junto con un gasto promedio diario de 80.150\$ y 95.642 \$ respectivamente por turista.

Establecidos estos parámetros, hablando en específico del gasto de un turista médico, en primer lugar, según la Cámara Argentina de Turismo Médico a partir de artículos publicados en su página web e información brindada y que se encuentran disponibles actualmente (2025), se pueden indicar que los gastos promedios que puede tener un paciente durante su estancia puede llegar en promedio hasta los U\$D 13.000, siendo un valor que se justifica en la cuestión de que, aparte de las largas estancias que permanecen fuera de su hogar, esta clase de viajeros también viajan generalmente con acompañantes.

Sin embargo, pese a todos los informes y estadísticas referidos a este tipo de turistas, aún faltan estudios que determinen las características exactas que tiene este segmento de viajeros por lo menos a nivel nacional. En palabras de Patricia Roa, directora de la agencia de turismo médico Goose Travel ubicada en Buenos Aires, determina que el mismo es muy variado y va desde niños hasta adultos que viajan desde países limítrofes como Uruguay,

Paraguay, Bolivia, Perú, Ecuador y Panamá, y que lo hacen de manera individual o acompañados por familiares (El Mensajero, 2024).

Observando a nivel internacional, en cambio, sí se pueden evidenciar datos al respecto, como en los informes de Rodríguez y demás autores en Brasil (2023), Rodríguez en Colombia (2023) y Quintana en España (2020), que a través de la realización de encuestas, llegaron a establecer ciertos patrones adicionales que permiten y ayudan a sacar diversas conclusiones sobre las características de este segmento de demanda. A partir de sus análisis, se determinó una población femenina mayoritaria que busca estos viajes, las cuales pertenecen a un rango de edad adulta (mayor a los 40 años) que realizan en su mayoría alguna actividad laboral, perteneciente al ámbito privado y autónomo que busca este tipo de servicios médicos.

En este sentido, serían parámetros coherentes con la problemática que existe actualmente a nivel global en lo que respecta al envejecimiento de la población mundial, en donde no solo es una problemática de los países desarrollados, sino que también se puede ver en las regiones latinas, emisoras de gran cantidad de turistas internacionales hacia el territorio argentino, presenta estas mismas condiciones. Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2022) ha identificado el envejecimiento poblacional como uno de los cambios demográficos más significativos de la región en el siglo XXI. Con 88.6 millones de personas mayores de 60 años (13.4% de la población total en 2022), América Latina experimenta una transición demográfica acelerada que contrasta con el gradualismo observado en países desarrollados. Las proyecciones de la CEPAL anticipan que esta proporción alcanzará el 16.5% para 2030, lo que representa un incremento del 23% en apenas ocho años. Los mismos representan un sector más proclive a buscar esta clase de productos y servicios por sus condiciones más delicadas en cuanto a su salud.

En conclusión, se puede decir que un turista médico realiza un gran gasto en el destino, compuestos generalmente de una edad adulta, que tienen un periodo de estancias largas en el destino a donde viaja y que presenta una demanda constante durante todo el año. A continuación, se presenta de manera resumida todas estas diferencias explicadas (Figura 2).

Figura 2

Comparación de gastos máximos entre turista médico y turista convencional en Argentina

Variable	Turista Convencional	Turista Médico
Duración	3,6 - 6,4 noches	12 - 15 noches
Tamaño de grupo	1	1 + acompañante
Gasto Diario Máximo	82,19 U\$D	1100 U\$D
Gasto Total	296 - 526 U\$D	13.200 - 16.500 U\$D

Fuente: Marconi, S., 2025 sobre la base de datos del SINTA (2024) y Brizio (2014).

A partir del análisis de los diversos datos encontrados sobre el turismo médico referidos al comportamiento que ha tenido su demanda a nivel global, se pueden señalar dos cuestiones claras. En primer lugar, este segmento turístico ha resultado ser una gran oportunidad de mercado para muchos destinos que todavía no presentan un sector turístico muy asentado, permitiendo su impulso gracias al desarrollo de nuevas actividades turísticas y así la oportunidad de generar más ingresos. Entre ellos, no solo se pueden nombrar a Argentina y el resto de países latinoamericanos. Como tal indica Connell (2006), los países asiáticos son los que más han sabido aprovechar este segmento turístico, al punto de llegar a convertirse actualmente en los líderes y exponentes del sector a nivel mundial centrando su enfoque en la promoción del turismo médico a través de su extensa tradición y el desarrollo histórico relacionada con la medicina alternativa y actividades de bienestar. Todo esto a través de la revalorización de su gran variedad de recursos inmateriales, como su historia médica y vastas tradiciones curativas.

Esta diversidad de oferta se estructura en distintas tipologías según Jabbari (citado por Almanza, Muñoz y Hernández, 2016), donde destacan: 1) tratamientos de medicina alternativa y complementaria; 2) cirugías cosméticas (plásticas, faciales) y no cosméticas; 3) procedimientos reproductivos (fertilidad, reasignación de género); y 4) intervenciones odontológicas - esta última categoría será analizada en profundidad más adelante. Dicha

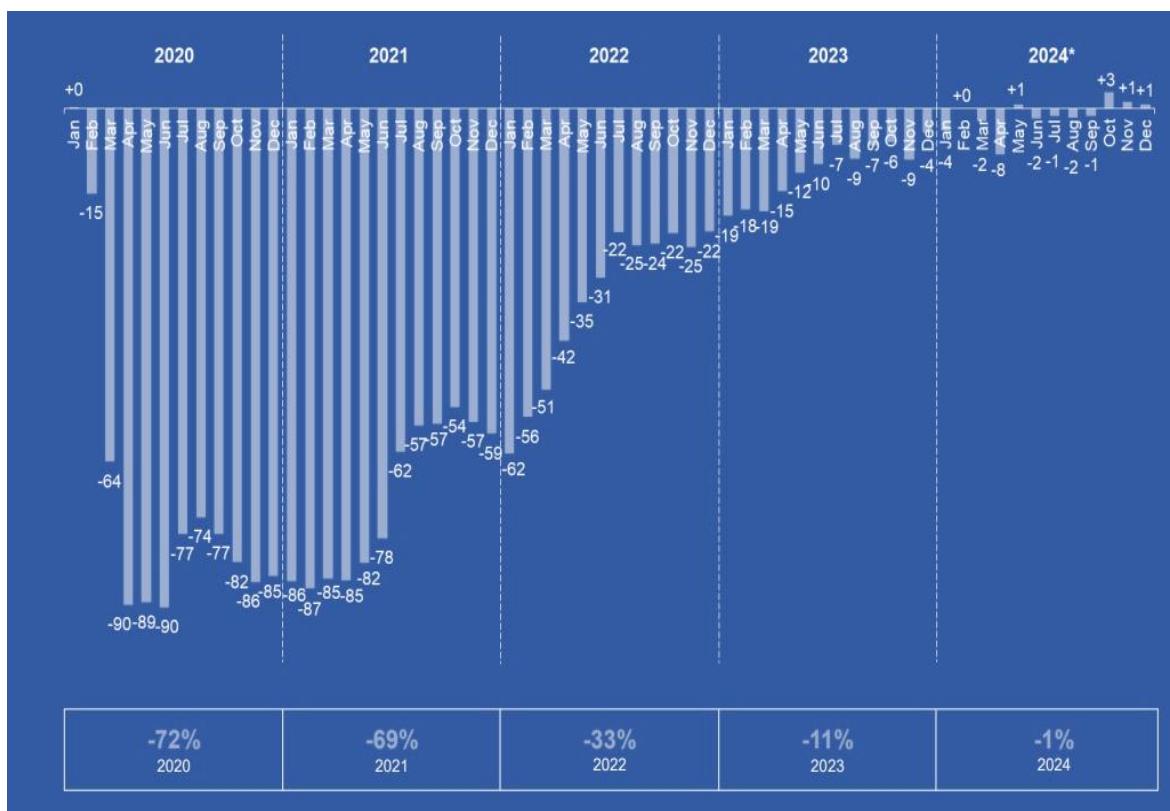
clasificación demuestra la amplitud del fenómeno, que trasciende lo puramente médico para integrarse con el bienestar y la estética.

Como segunda cuestión, también hubo un impulso de esta actividad por parte de los organismos internacionales como la propia ONU Turismo, junto con el accionar de otras instituciones creadas especialmente para este aspecto en particular. En este sentido, buscando también incentivar el flujo de turistas internacionales, un factor clave para que el turismo médico siga creciendo.

Con base en los datos brindados tanto de los ¹Panoramas OMT de Turismo Mundial (OMT, 2015) como también los que muestra el Barómetro de Turismo Internacional de la ONU Turismo, encargados de hacer un seguimiento regular de las tendencias del turismo a corto plazo, han evidenciado resultados muy favorables, demostrando ser una demanda que presenta una gran estabilidad, en cuanto al crecimiento exponencial que tiene el flujo de turistas internacionales en el mundo. Así, desde la primera edición de los Panoramas hasta la más actual, han mostrado un crecimiento sostenido del 4,3% en 2014, 4,6% en 2015, 3,9% en 2016, 7% en 2017, 5% en 2018, 4% en 2019. Por otro lado, también estos números han demostrado tener una gran capacidad de recuperación, a tal punto que a partir del 2024 se ha podido recuperar en su totalidad (Figura 3), según los gráficos mostrados, tras los efectos negativos que dejó la pandemia mundial por el COVID-19 (OMT, 2025).

¹ Panorama del turismo son OMT artículos realizados por la Organización Mundial de Turismo donde presentan de manera anual una panorámica concisa del turismo internacional en el mundo.

Figura 3

Flujo de Turistas Internacionales a nivel global (2019-2024)

Fuente: OMT., 2025 sobre la base de datos del World Tourism Barometer.

Es así como, a partir de todos estos datos, se ha generado un alto nivel de confianza en torno al turismo médico y a los ingresos que esta actividad produce a nivel mundial. Diversos informes y estudios elaborados por organismos internacionales y entidades privadas reflejan esta tendencia de crecimiento sostenido.

En primer lugar, la Tourist & Society Think Tank (2024) la cual valoró los ingresos que generó el turismo médico a nivel mundial en 93.270 millones de dólares en 2022, proyectó un crecimiento para el año 2032 de hasta 254.540 millones de dólares en ingresos por esta actividad. Por otro lado, en informes realizados por VISA y Oxford Economics (2016), se estimó que existe en torno 11 millones de personas de turistas médicos viajando anualmente, generando 100.000 millones de dólares en ganancias con una proyección de crecimiento anual del 25% para la década siguiente.

En la misma línea, la revista Hospitalidad y Negocios (2016) aporta datos similares, donde a partir de información brindada por la Medical Tourism Association (MTA), se indicaron durante ese año las mismas ganancias generadas a nivel global y con un crecimiento esperado para el 2020 de 180.000 millones, solo que con una cantidad diferente de turistas,

los cuales ascendían a 55 millones de viajeros de este tipo, pertenecientes en un 62% a turistas en búsqueda de atención curativa y el 38% restante a pacientes que buscan tratamientos estéticos descripto como un 'negocio saludable' y un segmento con el potencial suficiente para posicionarse de manera orgánica tanto en el ámbito público como privado. Además, según su visión, se proyectaba un alto nivel de confianza en el desarrollo del turismo médico en Argentina, con estimaciones de ingresos para el año 2020 que podrían alcanzar los 500 millones de dólares.

Otra de las investigaciones realizadas que se pueden recabar surgen a partir de los trabajos realizados por Marin Braće y Cumbre (2023) donde se menciona a la Allied Market Research y su informe “Medical Tourism Market, 2019-2027” donde se estableció que la realización de viajes médicos significaron un valor neto generado de 104.680 millones de dólares durante 2019, con una estimación esperada que alcance los 273.720 millones. A partir del análisis de su última estimación para el período 2025-2032, puede afirmarse que, si bien se mencionan cifras más moderadas, persiste una gran confianza en el crecimiento futuro de esta modalidad turística. En dicha proyección se fijaron valores netos estimados de 93.720 millones de dólares para el año 2025 y de 218.160 millones de dólares para 2032.

Por último, los informes hechos por OCDE Medical Tourism en el año 2011, determinaron que durante el año se realizaron 37 millones de viajes en el mundo relacionados con la salud. Este último número tiene sentido ya que lo que implica salud, engloba tanto al turismo médico como al segmento de bienestar. A partir de todos estos números y valores que se pudieron recabar, a continuación se procuró sintetizarlos de manera ordenada en un cuadro (Figura 4).

Figura 4
Ingresos económicos y proyecciones del turismo médico

Fuente	Año de Datos	Turistas Médicos (millones)	Ingresos Generados (USD millones)	Crecimiento Anual	Proyección Notable	Segmentación
Tourist & Society Think Tank (TTST)	2022	-	93,270	-	254,540 (para 2032)	Incluye procedimientos cosméticos y tratamientos dentales
VISA y Oxford Economics	2016	11	100,000	25%	931,000 (para 2026)	-
Hospitalidad y Negocios (MTA)	2016	55	100,000	-	180,000 (para 2020)	62% curativo / 38% estético
Allied Market Research	2024	-	93,720	-	218,160 (para 2030)	Incluye procedimientos cardiovasculares, cáncer, cosméticos, ortopédicos neurológicos y dentales
OCDE Medical Tourism	2011	37	33,000	-	-	Incluye bienestar

Fuente: Marconi, S., 2025 sobre la base de datos de Marin Braće y Cumbre (2023), Allied Market Research (2024), Hospitalidad y Negocios (2016), TTST (2024) y Visa (2016).

3. CAPITULO III: Análisis del área y tema de estudio

3.1. Alcances del turismo médico en Argentina

En este contexto internacional favorable, se configura un escenario propicio para la promoción y el fortalecimiento del turismo médico en Argentina. Este impulso coincide con el notable resurgimiento de la llegada de turistas internacionales al país, donde —exceptuando los años 2020 y 2021, afectados por las restricciones derivadas de la pandemia— se registran los valores más altos de la última década.

Dichos valores también se complementan a partir de los informes mensuales que realiza el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) sobre turistas internacionales arribados al país, que se registran desde los principales aeropuertos, puertos y pasos internacionales del país, como el Aeropuerto Internacional Ezeiza, Aeroparque Internacional Jorge Newbery, Aeropuerto Internacional Ingeniero Ambrosio Taravella (Córdoba), Aeropuerto Internacional El Plumerillo (Mendoza), el Puerto de Buenos Aires y el paso internacional Cristo Redentor.

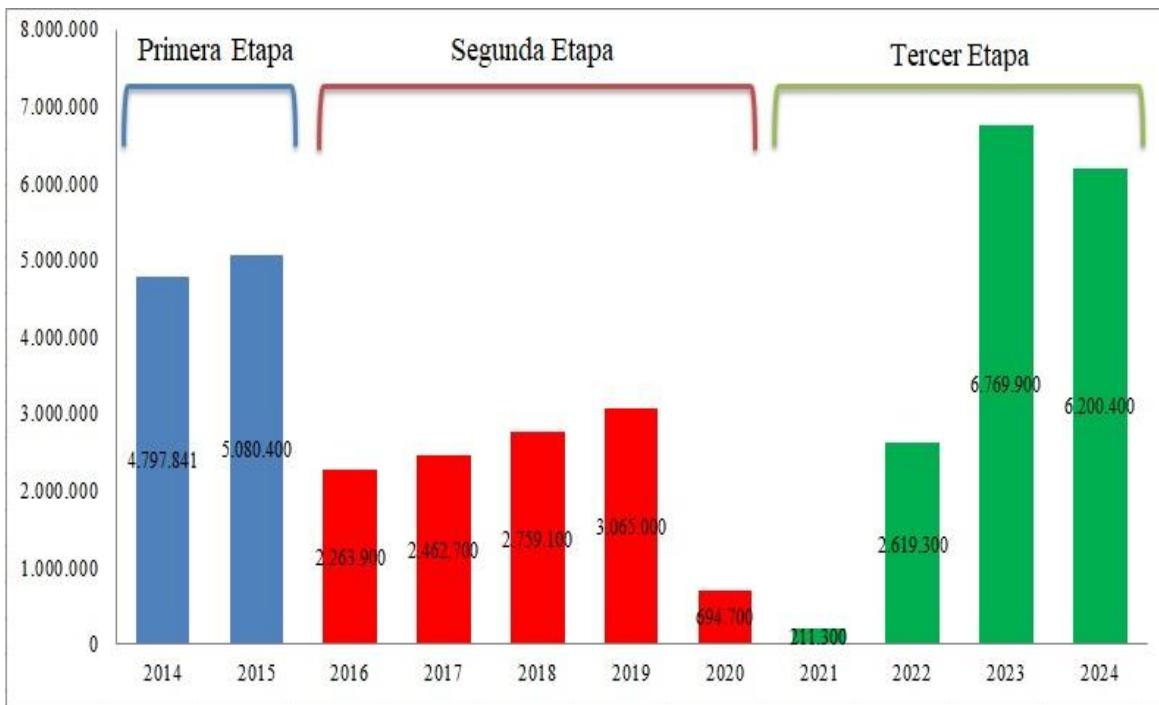
A partir del análisis de estos datos, pueden distinguirse tres etapas claramente diferenciadas en la evolución del arribo de visitantes internacionales (Figura 5):

- Primera Etapa: Extendiéndose desde enero de 2014 hasta diciembre de 2015 siendo representado como un breve momento en donde el nivel de llegada de turistas internacionales fue muy alta, con valores acumulados de 4.797.841 millones de personas durante el primer año y 5.080.400 en el segundo, donde termina con una gran caída.
- Segunda Etapa: Periodo de bajo nivel llegada de turistas internacionales a Argentina, donde desde el año 2016 hasta el comienzo de la cuarentena mundial por COVID-19 se alcanzaron un número de llegadas entre los 2 millones y los 3 millones de turistas internacionales, hasta el punto donde el la actividad turística en general se ve obligada a parar casi en su totalidad, en enero de 2020.
- Tercera Etapa: Momento de recuperación, que parte desde diciembre del año 2021, y que experimenta un crecimiento exponencial de visitantes internacionales, registrándose los puntos más altos en todos los años analizados anteriormente.

Este repunte en el flujo internacional de visitantes en general, constituye una base sólida para el desarrollo y posicionamiento del turismo médico, que puede encontrar en esta

situación una oportunidad estratégica favorable para consolidarse como una modalidad diferenciada dentro de la oferta turística nacional.

Figura 5
**Número total de turistas internacionales arribados a Argentina por etapas
(2014-2024)**



Fuente: Marconi, S., 2025 sobre la base de datos de INDEC (2014-2024).

Al mismo tiempo, al analizar de forma detallada los mismos datos de manera mensual (Figura 6) sobre el arribo de turistas internacionales al país, considerando la información disponible hasta enero de 2025, se puede observar con una mayor precisión el comportamiento particular que ha presentado este segmento en su fase más reciente de desarrollo. Esta perspectiva temporal permite identificar no solo la magnitud del crecimiento, sino también los patrones específicos que han caracterizado esta última etapa de expansión del fenómeno, evidenciando los momentos de mayor afluencia y las posibles variaciones estacionales que se presentan dentro del flujo de visitantes.

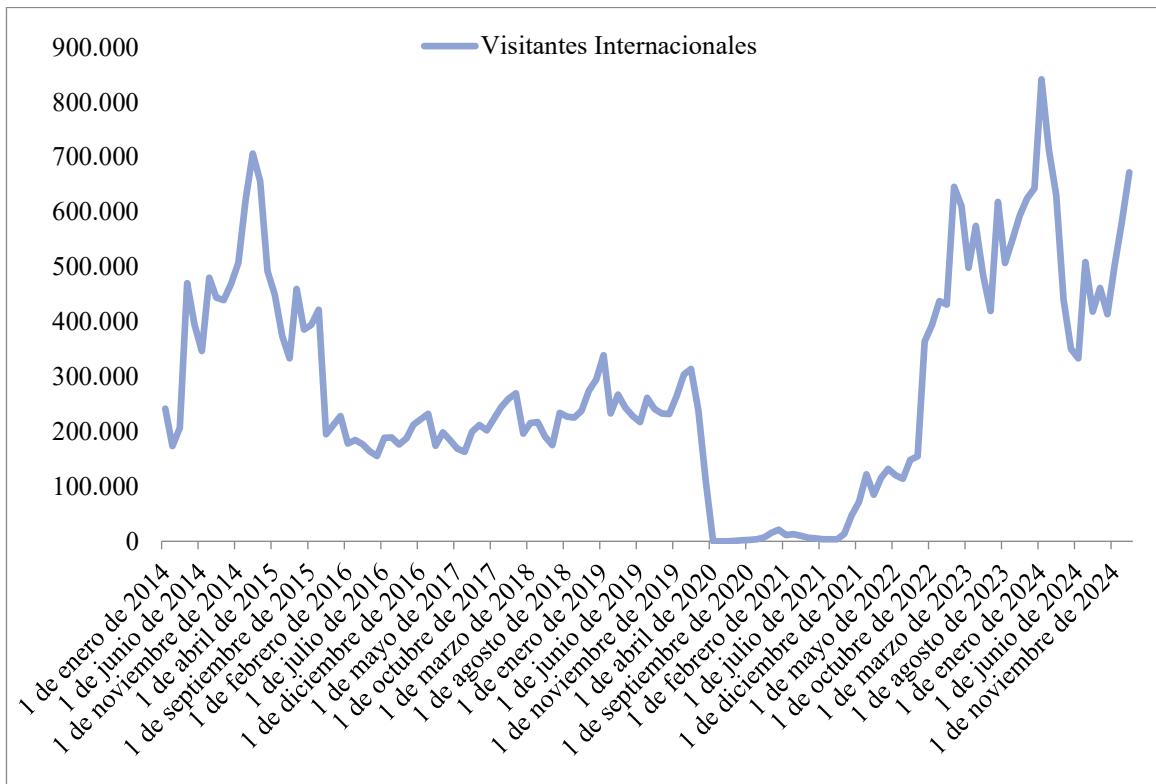
Asimismo, este tipo de análisis permite ver ciertos repuntes vinculados a la reactivación postpandemia y a su vez, el comportamiento de las llegadas mensuales refleja una progresiva recuperación de la confianza de los viajeros internacionales, impulsada por la percepción de calidad y accesibilidad de los servicios de salud del país.

Lo más destacable de este análisis mensual es que confirma de manera contundente la tendencia positiva que viene mostrando la llegada internacional de turistas en Argentina,

evidenciando una continuidad en el crecimiento que, según todos los indicadores disponibles, se mantendrá vigente en el corto plazo. De este modo, es posible proyectar un escenario alentador, donde el dinamismo del sector se consolida como uno de los componentes más prometedores para el turismo salud y su aprovechamiento en América.

Figura 6

Total de turistas internacionales arribados al país por mes (2014-2025)



Fuente: Marconi, S., sobre la base de datos de INDEC (2014-2024).

Se puede decir que así, Argentina ha sabido posicionarse como un destino emergente importante en el ámbito del turismo médico a nivel mundial, donde supo aprovechar muchos de los valores y atractivos que se han desarrollado en el campo nacional de la medicina a través de los años. Ya desde los últimos registros disponibles que se pueden encontrar a nivel mundial relacionados con este segmento turístico que datan de los años 2020 y 2021, Argentina ha ocupado el puesto 20 en el Medical Tourism Index Overall Ranking, promovido por el MTA, siendo así el tercer país latinoamericano de mayor importancia en esta actividad, encontrándose por detrás de Costa Rica y República Dominicana, los cuales ocupan el puesto 7 y 19 respectivamente.

Este lugar no tendría que parecer una gran sorpresa dadas las características que presenta Argentina y que permiten que la promoción de esta clase de viajes en el país tenga éxito. Dichos valores son tenidos en cuenta por Graciela Esponda, gerente encargada de la Cámara Argentina de Turismo Médico, la cual, a partir de su entrevista, menciona:

“No solo se valora lo material del país, como su tecnología e infraestructura, sino que también se tienen en cuenta cuestiones relacionadas a los centros de capacitación universitaria de salud de excelencia, la riqueza y variedad turística para el disfrute tanto del turista médico como también del acompañante entre el alta provisoria y definitivo, comidas saludables, agua potable, los riesgos ante posibles de catástrofes naturales, una atención médica de urgencia las 24 horas, precios competitivos, la calidad en la atención prestada en este campo, las seguridades sanitarias o el prestigio de sus instituciones” (Esponda, 2024).

El ecosistema médico de Buenos Aires se destaca por reunir instituciones de excelencia caracterizadas por: (1) profesionales altamente capacitados con reconocimiento internacional; (2) tecnología médica de vanguardia, especialmente en el sector privado; (3) infraestructura de alto confort; y (4) costos significativamente más competitivos que en otros mercados médicos internacionales, según registros del Consejo Económico y Social de Buenos Aires.

El turismo médico también invita y pone en valor cuestiones inmateriales que van más allá de todo lo demás, como puede ser la historia que posee el campo de salud del país que busca asentarse en esta modalidad turística, que invita al conocimiento sobre personalidades que han aportado descubrimientos importantes para la actividad o de propias técnicas y tratamientos que se han heredado de épocas antiguas y que hoy en día se esparcieron por el mundo. En el caso argentino, al momento de su promoción por parte de los entes de salud que gestionan la actividad del país como la CATM, se nombran por ejemplo a figuras históricas como Favaloro y su técnica del Baipás Coronario, o en el caso de los ganadores del premio Nobel de medicina Bernardo Houssay, Luis Federico Leloir o César Milstein y sus aportes a la humanidad.

Los últimos datos disponibles sobre la distribución del turismo médico en el país observado en los registros e información recopilada por la Cámara Argentina de Turismo Médico (CATM) brindados y analizados por Graciela Esponda se detalla:

“Particularmente en la región metropolitana de Buenos Aires, es donde se estima que la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) y su área

metropolitana absorben más de la mitad (56%) del total de turistas médicos que visitan el país, con una distribución específica del 37% para la capital y 19% para la provincia de Buenos Aires. La CATM también por otro lado, indica que Argentina recibe un promedio de 1.000 turistas médicos mensuales, aunque esta cifra solo contempla aquellos que buscan atención exclusivamente en instituciones privadas” (Esponda, 2024).

A partir de esto, se puede notar una marcada concentración geográfica de la actividad de turismo médico en lo que respecta a Buenos Aires. Esto igualmente no implica que la presencia de instituciones médicas vinculadas al turismo se limite únicamente a esta provincia ni que la actividad desarrollada en la capital esté completamente desarticulada del resto del país. Si bien puede señalarse que la iniciativa aún no se extiende de manera homogénea a todas las provincias argentinas, la labor del organismo y su interés en promover esta actividad también se reflejan en otras regiones. Un ejemplo de ello es Córdoba, en donde, a partir de su mapa de instituciones vinculadas a la CATM se la puede mencionar como una provincia que ocupa un segundo lugar en relevancia respecto a la cantidad de establecimientos vinculados a la salud, y cuya participación se complementa con provincias como Chaco, Río Negro y Chubut, donde también se pueden enumerar instituciones médicas integradas a esta red orientada al impulso del turismo médico en Argentina.

Esta preeminencia de Buenos Aires como principal destino de turismo médico no es casual, sino que responde a múltiples factores interrelacionados. En primer lugar, su condición de principal puerta de entrada al país y destino turístico por excelencia le proporciona una infraestructura hotelera y de servicios consolidada. Además, según datos de la Academia Nacional de Odontología (2022), el área metropolitana concentra aproximadamente el 30.35% de la población total del país, lo que genera una masa crítica de demanda de servicios médicos que sustenta y especializa la oferta. Como señala también Esponda:

“El volumen real de turismo médico sería considerablemente mayor si se incluyeran tanto los pacientes internos que se desplazan desde el interior del país hacia los grandes centros urbanos para tratamientos especializados, como aquellos extranjeros que optan por atenderse en instituciones públicas del sistema de salud argentino” (Esponda, 2024).

En cuanto al origen geográfico de los turistas médicos, a partir de la información brindada que data del año 2019, se muestra una distribución particular: “*el 47% proviene de países limítrofes, el 24% de Estados Unidos y Canadá, el 22% de Europa, y el 7% restante corresponde a visitantes de otras regiones como Asia y Oceanía*” (Esponda, 2024). Esta composición refleja tanto la influencia regional natural como el creciente interés de mercados más lejanos, atraídos por la combinación de calidad médica y atractivo turístico que ofrece Argentina, con Buenos Aires como principal exponente.

El resto de la demanda nacional se distribuye entre otras provincias con centros urbanos importantes: “*Córdoba capta el 15% del turismo médico, Mendoza el 10%, Santa Fe el 7%, mientras que el 12% restante se reparte entre las demás provincias del país*” (Esponda, 2024). Esta distribución confirma el carácter centralizado mencionado con anterioridad sobre el fenómeno de esta actividad en la capital, aunque con una incipiente diversificación hacia otros polos regionales.

3.1.1 Acciones de organismos nacionales e internacionales de alcances públicos y privados

El crecimiento del turismo médico en los últimos años ha surgido como resultado de décadas de esfuerzos realizados no solo por el accionar y articulación de los entes internacionales, nacionales, regionales y locales, sino también por los numerosos estudios e investigaciones realizados por los sectores académicos principalmente desde países del Norte y de las regiones de Asia sobre el turismo médico, también refiriéndose al mismo como “movilidad por salud”, “viajes médicos”, “movilidad transfronteriza de pacientes”. Entendiendo que no solo se relaciona a cuestiones ligadas a sus beneficios, sino que aparte se basan en las razones, motivaciones, experiencias y aspectos negativos en materia de salud que terminan generando la proliferación de dicha actividad.

A partir de Basualdo (2020), se puede llegar a establecer a grandes rasgos cómo se organiza todo este sistema global, encargado en su conjunto, de seguir desarrollando y llevar adelante este segmento turístico. En el marco internacional, las organizaciones internacionales más relevantes vinculadas al turismo médico son la Medical Tourism Association (MTA), la Global Health Accreditation (GHA) y la Joint Commission International (JCI), todas de origen estadounidense que conjuntamente buscan el impulso de la actividad de diferentes formas y que se presentan a continuación.

En primer lugar, la MTA es una asociación sin fines de lucro, fundada en el año 2007 y establecida con el fin principal de eliminar las barreras para lograr una atención médica que sea asequible, transparente y de primera clase a nivel global. Para lograr esto, tiene planteados como objetivos principales facilitar la conexión e intermediación entre partes interesadas para lograr posibles negocios y el logro de inversiones, ya sea por parte de proveedores de atención médica, organizaciones de referencia (comprador) o de un turista médico, y el trabajo conjunto con los diferentes entes gubernamentales, proveedores de atención médica, aseguradoras y otras partes interesadas para la formulación, conceptualización y diseño de proyectos para el impulso del turismo médico en su territorio, que va desde su lanzamiento y durante toda la comercialización del servicio.

Por otro lado, se encuentra la GHA, formada como una entidad acreditadora de normas internacionales para programas nacionales de turismo médico orientada a elevar los estándares de la calidad de esta actividad turística y buscar mejorar la experiencia del paciente y una mayor excelencia de la atención recibida. Esta organización normalizadora considera diferentes aspectos de lo que denominan cadena de continuidad de atención en turismo médico, que incluye: (1) selección del servicio y del destino; (2) logística de recepción; (3) alojamiento preatención, de recuperación y postatención; (4) admisión, tratamiento y egreso clínico; (5) logística de regreso; (6) seguimiento pos egreso.

Entre las últimas entidades internacionales más relevantes en acreditación médica se destaca la Joint Commission International (JCI), organismo encargado de certificar a instituciones que aspiran a posicionarse como destinos de turismo médico. Actualmente considerado el sello de excelencia médica más prestigioso en el mundo occidental, esta acreditación se ha convertido en un requisito casi indispensable para centros que buscan competir en el mercado global de salud. En la actualidad, según su página web oficial, los números ascienden a 1001 acreditaciones otorgadas, tanto a organizaciones de atención sanitaria de todas partes del mundo como también a programas de salud relacionada a diversas especialidades médicas para la atención de pacientes de estos.

Dicho proceso de acreditación de la JCI, según información que aparece en su sitio oficial del Hospital Italiano de Buenos Aires (institución acreditada en 2015), establece rigurosos estándares internacionales centrados exclusivamente en la calidad asistencial. A diferencia de otras certificaciones, la JCI se enfoca en aspectos técnico-médicos más que en servicios turísticos, evaluando principalmente:

- Protocolos de identificación correcta de pacientes
- Sistemas de comunicación efectiva entre el personal médico
- Manejo seguro de medicamentos de alto riesgo
- Garantías de procedimientos quirúrgicos (lugar correcto, técnica adecuada y paciente correspondiente)
- Medidas para reducir infecciones nosocomiales
- Prevención de daños por caídas intrahospitalarias

Es decir, prioriza la seguridad del paciente y los estándares médicos por sobre aspectos hoteleros o de confort, diferenciándose así de otras certificaciones más orientadas a la experiencia integral del turista médico como las de la GHA.

Argentina cuenta con organismos tales como el Medical Tourism Association y también la Joint Commission International dentro de sus fronteras. También, desde el año 2008 el país posee la membresía de la MTA y en lo que respecta a los diferentes entes acreditadores, se presentan 5 instituciones con reconocimientos internacionales del JCI (Figura 7): El Hospital Alemán, el Hospital Italiano de Buenos Aires, el Hospital Privado Universitario de Córdoba, el Hospital Universitario Austral y el Sanatorio Allende, todos del ámbito privado.

Figura 7

Instituciones argentinas reconocidas por el JCI

Referencias: 1) Hospital Alemán, 2) Hospital Italiano, 3) Sanatorio Allende, 4) Hospital Privado Universitario de Córdoba, 5) Hospital Universitario Austral.

Fuente: Marconi, S., sobre la base de Hospital Alemán (2025), Risestudio (2023), La Nación (2024), Pardo, S (2025) y Perfil Córdoba (2024).

En este sentido, puede advertirse una creciente influencia en el impulso del turismo médico en Argentina durante los últimos años. Como se mencionó previamente, numerosas instituciones de salud, tanto públicas como privadas, buscan fortalecer su posicionamiento mediante procesos de acreditación internacional y programas de capacitación profesional, orientados a garantizar estándares de excelencia en la atención. Esta tendencia, lejos de limitarse al ámbito privado, se ha consolidado también en el plano estatal, integrándose progresivamente en la agenda política nacional.

En lo que respecta a su relación con el turismo, fue recién a partir del año 2005, con la Ley N.º 25.997, que los servicios de salud comenzaron a ser reconocidos como actividades vinculadas al sector turístico. Desde entonces, se ha conformado una compleja red de organismos públicos y privados que, a través del trabajo conjunto, han permitido el desarrollo actual del turismo médico en el país.

A partir de esta normativa se crearon instituciones clave para la promoción turística, entre ellas el Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR), organismo encargado de posicionar a la Argentina en el plano internacional. Entre sus funciones principales se

encuentran la implementación de la Marca País, la elaboración de planes y programas de promoción y posicionamiento, la administración de fondos destinados a dichas acciones, y el análisis de mercados emisores (Gobierno de Argentina, 2025). El Consejo Federal de Turismo (CFT) y la Cámara Argentina de Turismo (CAT) integran el directorio del INPROTUR, participando activamente en su gestión y toma de decisiones.

En este marco, se pueden enumerar múltiples acciones y articulaciones importantes que han realizado estos actores nacionales del ámbito tanto público como privado. Un ejemplo claro fue la creación en el año 2010 de la Cámara de Instituciones Argentinas para la Promoción de la Salud (CIASPA), conformada durante la gestión del Ministro de Turismo Enrique Meyer. La misma se trata de una comisión directiva que se desprende de la Cámara Argentina de Turismo, que se encuentra encargada de agrupar a los diferentes hospitales, clínicas u otro tipo de centros médicos de Argentina y ser inscriptos dentro del programa Medicina Argentina (en inglés Argentina Healthcare), siendo una iniciativa impulsada por el INPROTUR en el año 2011 en colaboración con la Fundación Exportar (hoy Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional) y la CIASPA. Esta surge con el objetivo de potenciar los esfuerzos médicos, científicos y tecnológicos de los distintos establecimientos profesionales de la Argentina dando a conocer los atributos diferenciales del país como un destino destacado del turismo medicinal, todo esto promocionado a través de la Cámara Argentina de Turismo Médico (CATM).

En paralelo, además de su función principal —incorporar nuevos socios potenciales a la amplia red de organizaciones e instituciones de salud—, la Cámara lleva adelante otras acciones de gran relevancia. Entre ellas, se destacan la participación en misiones comerciales en el exterior, donde, junto a representantes de instituciones y agencias asociadas, se realizan presentaciones y exposiciones destinadas a promover el país como destino de turismo médico. También se incluyen las reuniones con organismos públicos para coordinar planes de acción a futuro y la organización de los Congresos Internacionales de Turismo Médico (CITM), cuyo objetivo es posicionar a la Argentina en el ámbito internacional y fortalecer aún más este sistema consolidado con el apoyo del INPROTUR. Dichos congresos, que ya cuentan con tres ediciones, se han desarrollado de manera periódica en los últimos años: las dos primeras en la ciudad de Buenos Aires, en 2015 y 2017, y la más reciente en la ciudad de Córdoba, en 2022.

Esta afirmación se ve reforzada al observar que el concepto de turismo médico ha sido incorporado de manera explícita en diversos apartados del Plan Federal Estratégico de

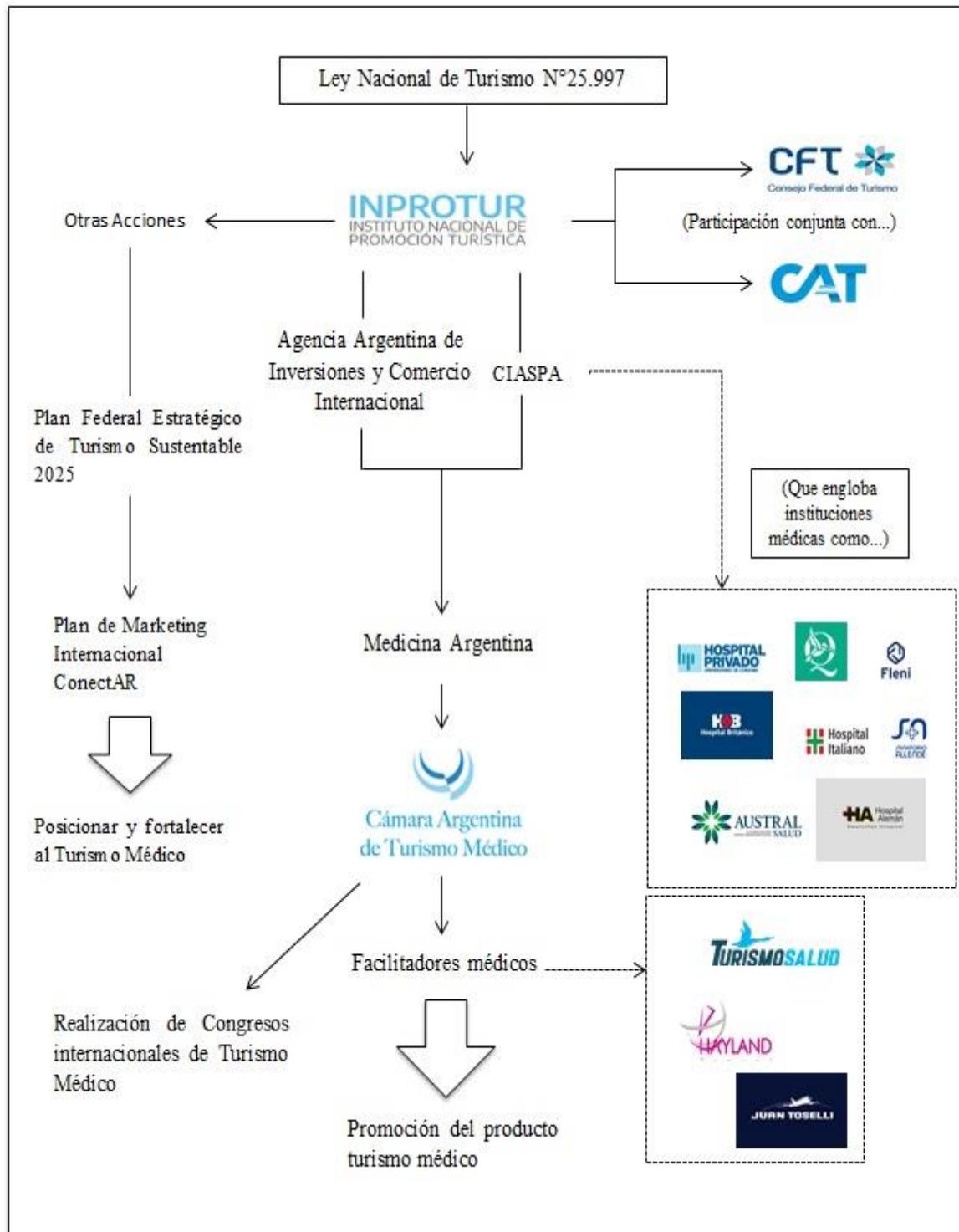
Turismo Sustentable 2025. En la sección dedicada a las herramientas para la gestión del desarrollo turístico (p. 142), se menciona al Observatorio de Productos Turísticos, organismo orientado a la generación de marcos conceptuales y abordajes metodológicos destinados al conocimiento y desarrollo de productos turísticos de amplia distribución territorial, entre los cuales se incluye al turismo médico. Asimismo, dentro del Plan de Marketing Internacional ConectAR, impulsado por el INPROTUR (p. 199), esta modalidad turística también es destacada, haciendo referencia a su posicionamiento estratégico entre muchas otras opciones de turismo especializado y a la realización de misiones comerciales internacionales orientadas a fortalecer su promoción y consolidación en los mercados externos.

Por otro lado, también se lo ha visto en la presentación de proyectos de ley, impulsado por la Cámara de Diputados de Misiones (2023), cuyo propósito es fomentar y promover el desarrollo de esta modalidad turística dentro de la provincia. Teniendo en cuenta que la presencia de dicha provincia, a día de hoy, todavía no se encuentra visibilizada dentro de la Cámara Argentina de Turismo Médico y sus instituciones asociadas, se espera que dichos proyectos sean oficializados y que este fenómeno siga avanzando y extendiéndose aún más hacia todas las provincias restantes del país.

A fin de mostrar la articulación entre los distintos entes públicos y privados relacionados a la prestación del turismo médico en Argentina, se presenta a continuación una red que resume el apartado (Figura 8).

Figura 8

Organismos y actores implicados con la CATM



Fuente: Marconi, S (2025) sobre la base de datos de Basualdo (2020)

Para concluir este apartado, puede afirmarse que, a partir de todas estas articulaciones, se evidencia un esfuerzo sostenido por parte de diversos organismos públicos y privados

orientado a otorgar mayor visibilidad y reconocimiento al turismo médico en los últimos años. Esta modalidad ha adquirido una presencia cada vez más destacada dentro de las agendas públicas del Estado, tanto en el ámbito nacional como en el provincial.

3.1.2 Capital humano y servicios odontológicos a nivel nacional

Cuando se analiza la oferta de Argentina con respecto a los servicios odontológicos, en primer lugar hay que tener en cuenta un amplio abanico que van más allá de una simple visita a un centro de salud dental. La odontología se encuentra integralmente articulada, conformando una compleja forma de organización interna, compuesta por una multiplicidad de sistemas de salud que funcionan internamente en el país y en donde todos sus actores realizan sus actividades, que incluyen desde sus organismos relacionados a la actividad y sus instituciones gremiales hasta las propias instituciones académicas, públicas y privadas que se relacionan a la odontología.

En este contexto, según el informe "Salud de un vistazo: América Latina y el Caribe 2023" de la OCDE, el país se ubica entre los tres mayores inversores en salud de la región, junto con Chile y Brasil. Este compromiso con el desarrollo del sector ha creado un entorno propicio para la prestación de servicios médicos de excelencia y en consecuencia, un destino de turismo médico con un gran potencial de desarrollo, sustentado en tres pilares fundamentales: (1) profesionales altamente capacitados y especializados en diversas áreas médicas; (2) infraestructura tecnológica de última generación, con equipamiento para tratamientos complejos; y (3) costos significativamente más accesibles que en países desarrollados, sin comprometer los estándares de calidad.

De este modo, la convergencia de estos factores ha impulsado un flujo creciente de pacientes internacionales, particularmente en el ámbito odontológico y de cirugías especializadas. Sin embargo, este posicionamiento de excelencia médica no sería posible sin el desarrollo histórico de una mano de obra altamente especializada.

En relación con ello, la presencia de estos profesionales de calidad resulta de gran importancia para cualquier institución dedicada a la salud. La formación médica en Argentina, principalmente concentrada en Buenos Aires y su provincia, ha sido un pilar fundamental en el desarrollo de un sistema de salud de calidad. Asimismo, la existencia de esta disciplina se encuentra en 47 de las 132 universidades del país, desde 1821, lo que ha asegurado una constante renovación de profesionales capacitados y equipados con los

conocimientos y habilidades necesarias para brindar una atención de excelencia para los pacientes (Campos y Centeno, 2017).

En lo que respecta a la odontología, esto tampoco resulta ser una cuestión que pase desapercibida. Según el análisis de González y Rivas (2019), se pueden mencionar varios datos relacionados por un lado a recursos humanos disponibles para atender una demanda potencial tanto de la sociedad, como también de los turistas médicos que precisaran y buscaran sus servicios. En este sentido, dicha información muestra que en el país se enumeran 16 universidades que ofrecen la carrera de Odontología, generando una masa crítica de profesionales que alcanzaba los 53.011 odontólogos según el Censo Nacional Económico registrado durante el año 2010. Esta cifra representa una densidad profesional de un odontólogo por cada 701 habitantes, equivalente al 6.08% del total de profesionales sanitarios de Argentina.

Los datos más recientes de la Federación Argentina de Colegios de Odontólogos (FACO) indican que el sistema universitario produce aproximadamente 1.500 nuevos profesionales anuales. Proyectando esta tasa de graduación desde 2011 hasta 2018, se estima que la cantidad actual de odontólogos superaría los 63.500 en todo el territorio nacional, representando valores aún más altos que los brindados al principio de la tesis por la Academia Nacional de Odontología con 44.000.

De esta manera, esta sólida base de formación académica, sumada a la disponibilidad creciente de especialistas, no solo contribuye al fortalecimiento del sistema de salud nacional y a la atención de pacientes internacionales, sino que también se traduce en un dinamismo creciente del sector odontológico en términos económicos y comerciales. Bajo todo este contexto, en base al Observatorio de la Complejidad Económica, se puede registrar un aumento interanual de las exportaciones de productos dentales en Argentina, el cual se estima en un valor de 1,98 millones de dólares, lo que reflejaría así un incremento en la demanda de dichos insumos y un crecimiento del segmento en consecuencia (Mordor Intelligence, 2021). A partir de la comparación de dichos números con el informe de la cadena de valor de los equipamientos médicos de Argentina, realizado por su Ministerio de Economía en 2022, estos resultados adquieren coherencia: desde 2016, y en un contexto de balance comercial estructuralmente deficitario, las exportaciones de equipamientos médicos han mostrado un crecimiento sostenido del 50%, alcanzando montos cercanos a los 81,7 millones de dólares según la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional (2023).

Asimismo, dicha organización preveía un crecimiento hasta el año actual del mercado interno de aparatos odontológicos del 25,2%, lo que reafirma la consolidación del sector como un eje estratégico en el desarrollo del turismo médico y del sistema de salud en general.

Esta trayectoria académica robusta explica por qué los odontólogos argentinos han logrado reconocimiento internacional, particularmente en áreas como implantología, ortodoncia y estética dental, posicionando al turismo dental como un segmento estratégico del turismo médico que presenta un gran potencial de desarrollo y ser consolidado en la región.

Dicho segmento presenta, en este sentido, un gran desarrollo en oferta de servicios y tratamientos para cualquier necesidad bucal que puedan tener esta clase de turistas. A partir de la información brindada por la red médica Top Doctors (2024), entre dichos servicios, se pueden ver dos grupos distintos, por un lado los procesos dentales poco invasivos que pueden estar ligados a lo estético y a lo preventivo y por el otro, los que pueden ser más invasivos enfocados en cuestiones médicas para el tratamiento de enfermedades bucales. Entre los tratamientos dentales más comunes y buscados dentro de estos dos grupos se pueden mencionar los siguientes:

- **Blanqueamiento Dental:** Tratamiento estético que consiste en eliminar del esmalte por medio de sustancias químicas, todo aquello que altere su color original.
- **Carillas Dentales:** Son procedimientos odontológicos restaurativos encaminados al “enmascaramiento” de la superficie visible (o frente) del diente, con el fin de corregir problemas estéticos o patológicos de los dientes ocasionados por caries dental, restauraciones previas, fracturas, cambios de color o alteraciones de la forma dental.
- **Implantes Dentales:** Proceso de instalación de una raíz artificial, en forma de tornillo hecho con material de titanio, que tiene capacidad de unirse al hueso con el objetivo de fijarse y funcionar como una pieza de imitación, para cumplir con las funciones propias de un diente común.
- **Ortodoncia:** Es un tratamiento odontológico que implica el uso de aparatos removibles o brackets para enderezar los dientes, cerrar espacios entre ellos, alinearlos o corregir la mordida irregular, el cual también puede servir de apoyo o paso previo en otro tipo de tratamientos, por ejemplo, para crear el espacio necesario para un implante dental futuro.

- **Periodoncia:** Son procedimientos que se enfoca en las enfermedades que atacan las encías y otras estructuras de soporte alrededor de los dientes.
- **Endodoncia:** También conocida como tratamiento de conductos, es un procedimiento invasivo que actúa en el interior del diente y que se realiza con el objetivo de conservar la pieza dental, el hueso, la encía que le rodea y su funcionalidad.
- **Prótesis Dentales:** Son dispositivos protésicos construidos para reemplazar los dientes perdidos, y están soportadas por los tejidos blandos y duros de la cavidad bucal.
- **Cirugía Oral:** es una especialidad de la Odontología que trata del diagnóstico y Tratamiento Quirúrgico de enfermedades, heridas y defectos de la boca y la estructura dental.

No obstante, más allá de la amplia gama de tratamientos disponibles y la excelencia profesional que se pueden mencionar en el país, como ya se señaló anteriormente, uno de los pilares que determinan el éxito de esta clase de viajes se encuentra relacionado a su competitividad de costos y los valores de esta clase de tratamientos.

A partir del siguiente cuadro comparativo (Figura 9) se han podido establecer de una mejor manera las diferencias de precios que presenta Argentina en relación con varios países del resto del mundo. El mismo se basa a partir del cuadro de precios de procedimientos médicos presentado en el artículo de Aragones (2012), complementado con fuentes adicionales como la tabla arancelaria del Colegio de Odontólogos de la provincia de Buenos Aires (2025), el nomenclador de honorarios del Colegio Argentino de Cirujanos Cardiovasculares (2024), y diversas páginas web de consultorios dentales de países extranjeros como Anna House Dental Clinic, BalanceMed3, Fab Dent, Sodein Clínicas Dentales, Best Aesthetic, Teehee, Dental Hospital Thailand y Dental Chat. El objetivo de este relevamiento fue observar la posición que ocupa Argentina a nivel internacional en lo referido a la prestación de servicios de salud, con especial énfasis en el área odontológica. Cabe señalar, sin embargo, que los valores presentados constituyen referencias meramente orientativas y deben entenderse de manera ilustrativa, ya que pueden variar en función de múltiples factores. En este sentido, el cuadro tiene un carácter demostrativo y permite visualizar de manera general y superficial la brecha de precios existente:

Figura 9

Comparación de precios médicos y dentales internacionales con Argentina

Procedimiento	Estados Unidos	Tailandia	Singapur	Malasia	Mexico	Polonia	Hungría	Reino Unido	Argentina	Diferencia de precios entre Estados Unidos con Argentina (En %)
Bypass Coronario	\$ 113.000	\$ 13.000	\$ 20.000	\$ 9.000	\$ 3.250	\$ 7.140		\$ 13.921	\$ 1.072	
Reemplazo de válvula cardíaca	\$ 150.000	\$ 11.000	\$ 13.000	\$ 9.000	\$ 18.000	\$ 9.520			\$ 1.072	
Angioplastia	\$ 47.000	\$ 10.000	\$ 13.000	\$ 11.000	\$ 15.000	\$ 7.300		\$ 8.000		
Reemplazo de cadera	\$ 47.000	\$ 12.000	\$ 11.000	\$ 10.000	\$ 17.300	\$ 6.120	\$ 7.500	\$ 12.000	\$ 5.500	
Reemplazo de rodilla	\$ 48.000	\$ 10.000	\$ 13.000	\$ 8.000	\$ 14.650	\$ 6.375		\$ 10.162	\$ 6.200	
Bypass gástrico	\$ 35.000	\$ 15.000	\$ 20.000	\$ 13.000	\$ 8.000	\$ 11.069			\$ 4.800	
Recubrimiento de cadera	\$ 47.000	\$ 10.000	\$ 12.000	\$ 12.500	\$ 12.500	\$ 7.905			\$ 4.488	
Fusión espinal	\$ 43.000	\$ 7.000	\$ 9.000		\$ 15.000					
Mastectomía	\$ 17.000	\$ 9.000	\$ 12.400		\$ 7.500				\$ 1.389	
Rinoplastia	\$ 4.500	\$ 2.500	\$ 4.375	\$ 2.083	\$ 3.200	\$ 1.700	\$ 2.858	\$ 3.500	\$ 2.000	
Abdominoplastia	\$ 6.400	\$ 3.500	\$ 6.250	\$ 3.903	\$ 3.000	\$ 3.500	\$ 3.136	\$ 4.810	\$ 3.500	
Reducción de busto	\$ 5.200	\$ 3.750	\$ 8.000	\$ 3.343	\$ 3.000	\$ 3.146	\$ 3.490	\$ 5.075	\$ 3.000	
Implantes mamarios	\$ 6.000	\$ 2.600	\$ 8.000	\$ 3.308	\$ 2.500	\$ 5.343	\$ 3.871	\$ 4.350	\$ 4.200	
Corona dental	\$ 385	\$ 243	\$ 400	\$ 250	\$ 300	\$ 246	\$ 322	\$ 500	\$ 300	22%
Blanqueamiento dental	\$ 289	\$ 100	\$ 400	\$ 400	\$ 350	\$ 174	\$ 350	\$ 500	\$ 200	31%
Implante dental	\$ 1.188	\$ 1.429	\$ 1.500	\$ 2.636	\$ 950	\$ 953	\$ 650	\$ 1.600	\$ 500	57%
Carilla	\$ 700	\$ 191	\$ 300	\$ 566	\$ 300	\$ 265	\$ 220	\$ 640	\$ 87	88%
Extracción dental	\$ 600	\$ 75	\$ 275	\$ 181	\$ 71	\$ 92	\$ 110	\$ 250	\$ 58	90%
Tratamiento de conducto (Endodoncias)	\$ 1.300	\$ 329	\$ 660	\$ 271	\$ 1.000	\$ 530	\$ 130	\$ 1.054	\$ 212	84%
Ortodoncia	\$ 3.000	\$ 2.353	\$ 3.800	\$ 1.360	\$ 1.375	\$ 845	\$ 2.628	\$ 5.600	\$ 1.825	39%
Limpieza	\$ 200	\$ 75	\$ 95	\$ 56	\$ 20	\$ 100		\$ 460	\$ 55	72%

Fuente: Marconi, S (2025) sobre la base de datos de Aragones, F (2012) y páginas web (2025).

Esta modalidad turística actualmente se encuentra en una situación muy favorable para el mercado global y para los turistas internacionales que quieren realizar esta clase de viajes, en donde incluso se nota una gran diferencia de precios en el segmento interno tales como los servicios dentales. En este sentido, Argentina ha logrado ofrecer servicios odontológicos en donde se combinan calidad, tecnología y una mano profesional de primer nivel a tarifas que, si son comparadas con los precios —tomando a Estados Unidos como referencia— de algunos consultorios del exterior nombrados anteriormente, pueden ir desde un 20, 50 y hasta un 90% más accesibles en comparación con destinos nombrados anteriormente como Estados Unidos, los cuales pueden convertirse en puntos que generen un creciente flujo emisivo de turistas médicos si es que esta posición positiva de precios es aprovechada de manera adecuada.

A partir de aquí, centrándose específicamente en la prestación de servicios odontológicos, solo un reducido grupo se especializa en este caso, evidenciando que, si bien este campo forma parte de la oferta de turismo médico nacional, su representación aún es limitada en comparación con otras especialidades. En este sentido, solo 4 de las 32 instituciones relacionadas a la CATM (Figura 10) visibilizan esta cuestión y evidencian un factor a seguir desarrollándose a partir de la articulación de más actores relacionados a la odontología. A continuación, se detallan las principales instituciones que actualmente ofrecen este tipo de atención.

Figura 10

Instituciones de salud de la Cámara Argentina de Turismo Médico que brindan servicios odontológicos

Institución Médica	Ofrece Servicios
Insituto Alexander Fleming	X No
Hospital Alemán	✓ Sí
Instituto Fleni	X No
WeFIV	X No
Clinica Nahas	X No
Clinica Ancla	X No
Clinica Bazterrica	X No
Clinica de Ojos Dr. Nano	X No
Clinica del Valle	X No
Fundacion Hospitalaria	X No
Centro Medico Divina Essenza	✓ Sí
Fundacion Intecnus	X No
Hospital Italiano	X No
Hospital San Juan de Dios	X No
Hospital Universitario Austral	X No
ICBA Insituto Cardiovascular	X No
IMAT	X No
Insituto Argentina de Diagnóstico y Tratamiento	X No
Insituto Cordis	X No
ITAC	X No
Investigaciones Vasculares	X No
La Posada del Qenti	X No
ITAES	X No
Instituto Leben Salud	✓ Sí
Procrearte	X No
Salud sin Fronteras	X No
Sanatorio Allende	X No
Sanatotio Finochietto	X No
Sanatorio Morra	X No
Sanatorio Otamendi	X No
VIDT Oncología Radiante	X No
Hospital Privado Universitario de Cordoba	✓ Sí

Fuente: Marconi, S (2025) sobre la base de datos de la CATM (2025a).

3.1.3 Entidades turísticas como intermediarios de los servicios médicos

Frente a un escenario para atraer el turismo internacional, la CATM ha sabido armar un sistema dedicado a la potenciación y facilitación de la realización de esta modalidad turística a nivel nacional, abarcando no solo a la odontología, sino también a muchas otras especialidades. Dicha estructura se encuentra conformada por 5 entidades bajo la denominación de “Asesores de viaje” o “Facilitadores” y bajo la premisa de ayudar a organizar los viajes médicos, vuelos, hotelería, traslado e incluso las prácticas a realizar con las Instituciones Médicas y brindar toda la información que se necesita para viajar a Argentina. Muchas de las mismas encontrándose conglomeradas en la ciudad de Buenos Aires.

A partir de esto, se podría esperar una gran preponderancia de entidades relacionadas al rubro de las agencias de viajes. Sin embargo, este aglomerado responde a un grupo más organizado, con roles y funciones distintas entre sí, en donde se encuentra compuesto no solo por este tipo de empresas turísticas mencionadas como la agencia Goose Travel, o en el caso del operador de turismo receptivo internacional Moebius Argentina Incoming DMC, sino que también se menciona a un hub de salud internacional dedicada a la gestión de pacientes internacionales llamado TC Servicios, una agencia de marketing digital para la promoción y publicidad online como Xetica y la empresa de seguros de viajes de cobertura internacional, OMINT Assistance. A continuación se hará una breve mención de cada uno de estas entidades y el rol que ocupan entre los pacientes-turistas con los servidores médicos.

El primero de los actores, Goose Travel tiene a su cargo la coordinación y atención personalizada de servicios para pacientes tanto nacionales como internacionales. Su labor abarca la organización integral de todos los componentes de un viaje turístico, incluyendo la reserva de pasajes aéreos, traslados dentro del destino, alojamiento y actividades recreativas, así como todos los aspectos vinculados a la atención médica. En este sentido, se encarga de planificar la agenda médica del turista médico —ya se trate de procedimientos de baja, media o alta complejidad—, definir regímenes alimentarios y dietas específicas, y coordinar la logística general del viaje. Según la entrevista realizada a Patricia Roa, presidenta de la sociedad y rol activo en la Coordinación de la Unidad Turismo Salud, menciona:

“...esta agencia se ha consolidado como referente en el ofrecimiento de estos servicios, contando con el know how necesario para la planificación de cada caso

particular y el contacto con prestigiosas instituciones médicas, especialmente con el Hospital Universitario Austral, aunque, pueden establecer un vínculo con todas las demás instituciones que forman parte de la Cámara Argentina de Turismo Médico. Somos un nexo entre el paciente, la familia, la institución médica, el facilitador. Contenemos, diseñamos y coordinamos cada paso necesario para que la experiencia de viajar a recibir un tratamiento médico sea excelente” (Roa, 2025).

Su labor incluye la organización de todos los aspectos del viaje vinculados a dicho centro, con el objetivo de brindar mayor comodidad y eficiencia en el acceso a las prestaciones médicas, dentro de las cuales, además de una amplia variedad de especialidades, pueden ser contemplados procedimientos odontológicos como la realización de implantes, entre otros.

El segundo actor, Moebius, cumple también las mismas funciones que el anterior, contando con un segmento dedicado a un turismo médico de baja complejidad, en donde se realizan las mismas gestiones en relación a los viajes turísticos mencionados anteriormente, pero con la diferencia de que solo se relacionan con los checkeos médicos.

El tercer actor mencionado, TC Servicios, se encuentra enfocado solamente en todo lo que conlleva la logística de las actividades relacionadas entre la salud de pacientes y personas que por decisión propia o por eventualidades, deben buscar respuestas médicas en otro país, en este caso Argentina. Es así que, entre sus facultades y capacidades, se encuentran la búsqueda de los mejores proveedores médicos según la patología del paciente, la gestión de presupuestos y cartas de garantía, la coordinación de internaciones y atenciones de guardia así como también la coordinación de agenda en estudios especiales, los controles de historias clínicas, las gestiones de informes médicos y gestionar también cualquier pedido especial por parte de la persona. A partir de una completa red de clínicas, hospitalares, sanatorios y profesionales certificados por el JCI, esta organización cuenta con respuestas a muchas necesidades quirúrgicas, de tratamiento e internaciones en todas las especialidades médicas, en donde aparte de atender disciplinas como la odontología y oftalmología de alta complejidad, se atienden enfermedades relacionadas a la cardiología, oncología, traumatología, trasplantes, cirugías plásticas, neurología y demás tratamientos contra adicciones o contra dolores.

Luego se encuentra Xetica, el cual es una agencia de marketing digital encargada de realizar actividades de publicidad vía online a nivel nacional e internacional, participando no solo en la promoción, en este caso, de la iniciativa que la CATM se encuentra llevando

a cabo con el turismo médico en el país, sino también trabajando con rubros y empresas que no están relacionadas a la propia actividad turística.

Por último, se encuentra OMINT Assistance, una empresa privada dedicada a brindar asistencia y servicios al viajero tanto a nivel internacional como en Argentina, ofreciendo muchos tipos de coberturas y cubriendo aspectos médicos como consultas médicas, medicamentos, hospitalización y cirugías, evacuación médica y repatriación sanitaria y coordinación de cualquier tipo de trámite médico en idioma local.

A continuación se mostrara un cuadro resumido de los actores relacionados a la CATM y sus principales funciones en relación al turismo médico (Figura 11):

Figura 11

Funciones principales de los actores relacionados a la CATM

Nombre Agencia	Logo	Funcion
Goose Travel		Agencia emisiva y receptiva dedicada a la organización integral de viajes turísticos y médicos, incluyendo pasajes, traslados, alojamiento, actividades, atención sanitaria, regímenes alimentarios y la coordinación de procedimientos de distintas complejidades.
Moebius		Funciones similares que Goose Travel relacionado a la organización integral de un viaje turístico, con un segmento dedicado al turismo médico de baja complejidad.
TC Servicios		Enfocado en la logística integral de la atención de pacientes que buscan servicios médicos en Argentina, incluyendo la búsqueda de prestadores, gestión de presupuestos y garantías, coordinación de internaciones, guardias, controles, agendas e informes médicos.
Xetica		Agencia dedicada al marketing digital y publicidad vía online a nivel nacional e internacional.
OMINT Assistance		Empresa privada dedicada a brindar asistencia y servicios al viajero tanto a nivel internacional como en Argentina, ofreciendo muchos tipos de coberturas y cubriendo aspectos médicos

Fuente: Marconi, S (2025) sobre la base de datos de la CATM (2025a).

A pesar de ello, lo detallado hasta aquí constituye apenas una porción representativa del entramado de actores que intervienen en la planificación, coordinación y ejecución del

turismo médico en Argentina. La Cámara Argentina de Turismo Médico (CATM), si bien visibiliza a ciertos facilitadores y socios estratégicos, no agota allí la cantidad real de entidades involucradas en la prestación de estos servicios. En este mismo sentido, debe destacarse que muchas de las instituciones médicas que integran la CIASPA (Cámara de Instituciones Argentinas para la Promoción de la Salud) también ofrecen por iniciativa propia y de manera particular servicios integrales dirigidos a pacientes internacionales, tales como el Instituto Fleni, el Hospital Alemán, la Posada del Qenti, el Hospital Privado Universitario de Córdoba y la Fundación INTECNUS, asumiendo la organización directa de viajes y estadías médicas. Las dos últimas instituciones mencionadas representan los casos más ilustrativos, ya que en sus sitios web se destacan articulaciones y alianzas con agencias mayoristas de gran trayectoria, como la agencia de viajes Juan Toselli en Córdoba, o con agencias emisivas como Hayland Travel en la ciudad de Bariloche. Sin embargo, a partir de consultas realizadas con ambos operadores, se pudo constatar que dichas vinculaciones no siempre llegaron a concretarse: en el caso de la primera, debido a cuestiones de inviabilidad económica ligadas al tipo de cambio, y con Hayland Travel, por no estar directamente relacionadas con la modalidad de turismo médico de enfoque receptivo que aquí se analiza. No obstante, aun en estos casos, puede observarse la influencia ejercida por la Cámara Argentina de Turismo Médico, cuya acción ha impulsado la generación de este tipo de articulaciones, independientemente de que se materialicen o no en la práctica.

Esto significa que hospitales, clínicas y centros especializados no solo se enfocan en brindar atención de alta calidad, sino que también han comenzado a asumir un rol activo en la recepción de turistas-pacientes, coordinando desde sus propios departamentos internacionales y demás proveedores necesarios (agencias turísticas, operadores, aseguradoras y de logística) para facilitar el acceso a sus servicios: reservas, alojamiento, asistencia personalizada, traslados y gestión de documentación clínica. Tal es esta nueva visión comercial, que no solo se observan atributos tangibles, como las mencionadas anteriormente o con servicios extras como la incorporación de instalaciones o espacios especialmente acondicionados para la atención de pacientes internacionales, sino que también se pone en valor una serie de elementos intangibles que buscan posicionar al establecimiento dentro de un mercado altamente competitivo. En este sentido, adquieren relevancia aspectos como la contención emocional y el acompañamiento personalizado durante los procesos de internación, así como la construcción de confianza a través del

prestigio institucional, respaldado por acreditaciones de calidad nacional e internacional. A su vez, se enfatiza la formación académica, la atención en idioma bilingüe y la trayectoria profesional del personal médico, entendidos como parte del valor diferencial que se ofrece al paciente-turista. Todo ello contribuye a configurar una experiencia de atención más humanizada, confiable y orientada a las expectativas del visitante extranjero, en un contexto donde la calidad percibida y la reputación del servicio resultan claves.

3.2. Demanda de servicios odontológicos en Argentina

Con lo expuesto hasta aquí, queda en evidencia que el turismo médico abarca una amplia gama de especialidades sanitarias, conformando un mercado diverso y en constante crecimiento. Dentro de este escenario, la odontología se destaca como una de las disciplinas más demandadas en Argentina. Según lo señalado anteriormente y de acuerdo con la información brindada por Esponda, ocupa el quinto lugar en la demanda de turismo médico nacional, de acuerdo con los registros de la Cámara Argentina de Turismo Médico (CATM). Esta posición la ubica, junto con la oftalmología, por detrás de especialidades con mayor volumen de pacientes internacionales como traumatología, liposucción, cardiología y cirugías bariátricas; y por delante de otras como implantes mamarios, abdominoplastias, wellness o bienestar, chequeos médicos y trasplantes, que se encuentran en los últimos lugares del ranking.

Por su parte, desde la perspectiva de Federico Osuna, Director de Moebius, agencia de viajes receptiva mencionada anteriormente, los países de la región suelen demandar principalmente tratamientos de baja complejidad relacionados con la estética y el bienestar. En este sentido, menciona que las consultas más frecuentes de los pacientes provenientes de países limítrofes están vinculadas a servicios odontológicos o de estética. Asimismo, aclara que en la actualidad no existe un perfil claramente definido de los pacientes que llegan al país (El Mensajero, 2024).

Sin embargo, desde el punto de vista numérico, existen pocos datos concretos sobre la demanda que la odontología capta dentro del turismo médico en Argentina justificados en la falta o la inexistencia de un observatorio por parte de la Cámara Argentina de Turismo Médico para organizar de manera óptima los datos que poseen. Del mismo modo, al consultarle sobre la solicitud de servicios dentales a Patricia Roa, se corrió con la misma suerte, no pudiendo recabar ningún dato adicional relacionado, ya que por lo menos, en Goose Travel, no se han recibido consultas referentes a la atención odontológica de turistas

extranjeros que quieran atenderse en el país. En palabras de la entrevistada: “*No tenemos consultas por servicios odontológicos, en caso de recibir lo canalizamos con prestadores que estén en la Cámara de Turismo Médico*” (Roa, 2025).

Los pocos valores que pueden encontrarse, surgen a partir de Cristian León, director comercial de Dental House —una organización de profesionales dentales vinculada al programa Medicina Argentina del INPROTUR—, donde, a través de artículos periodísticos que datan de 2009 y 2010, se indica que su clínica recibe entre 20 (La Nación, 2009) y 30 pacientes extranjeros mensuales (Clarín, 2010). Estos números, aunque acotados y un tanto desactualizados, al menos permiten suponer que la actividad ha mantenido un crecimiento constante en los últimos años, mostrando un dinamismo cada vez mayor.

Dicho sector en Argentina también ha mostrado una tendencia positiva tanto en su demanda como también en la capacidad de ofrecer servicios, en donde a partir de diversos datos encontrados tanto en estudios realizados en el ámbito nacional como también en el plano internacional se pueden constatar. A nivel nacional, según el último informe de Mordor Intelligence (2023), se ha visto como el mercado de dispositivos dentales en el país registra una tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) del 6.7%, superando el promedio regional latinoamericano que se sitúa en 5.2% y donde se estiman unas proyecciones sectoriales que anticipan una tendencia que continúe siendo positiva y que se mantenga así al menos hasta 2030, con especial énfasis en procedimientos de implantología y ortodoncia invisible, por lo cual se estaría esperando un mayor nivel de herramientas disponibles para la prestación de servicios odontológicos a un mayor volumen de personas.

A partir de ambos panoramas, se pone en evidencia algunas cuestiones que causan este desempeño excepcional que obedece a la convergencia de varios factores y causas estructurales que justifican el desarrollo que está teniendo la industria odontológica:

- **Cambios en los patrones de consumo:** A partir del periodo post pandemia mundial se notó una mayor demanda en los servicios médicos, donde la odontología cosmética experimentó un crecimiento interanual del 9.3%, impulsada principalmente por tratamientos como blanqueamientos dentales, carillas estéticas y una gran demanda de equipos odontológicos prostéticos.
- **Grandes inversiones realizadas en la salud:** El gasto sanitario en Argentina representa aproximadamente el 9% del PIB según la Administración de Comercio

Internacional (2022), uno de los más altos de la región. Se estima que las importaciones en el sector de equipos y dispositivos médicos representan alrededor del 70% al 75% del mercado total, y la fabricación local de dispositivos médicos representa aproximadamente el 25%.

- **Dinámica demográfica:** El envejecimiento poblacional junto con el gran porcentaje de personas con enfermedades bucales que hay tanto en Argentina como a nivel global, está generando una demanda creciente en la búsqueda de los tratamientos protésicos y reconstructivos.

Este último factor resulta ser especialmente importante. En el caso argentino, esta población, la cual es considerada en el rango etario de 60 años o más, ascendió al 15,7% de la población total del país en el año 2020, significando un número concreto de casi 7,1 millones de personas. Dicho número se encuentra proyectado positivamente y se espera que la proporción de personas mayores continúe incrementándose, llegando al 22% de la población nacional en 2050, estimando unos 12,5 millones de personas (Oliveri, 2020).

Por otro lado, el envejecimiento poblacional constituye un factor determinante para el desarrollo del turismo médico, ya que este segmento demográfico surge como una oportunidad significativa para ser aprovechada, en lo que podría representar una demanda creciente y sostenida de servicios sanitarios y en consecuencia más viajes de este estilo. A partir de Rodríguez (2021), se pueden enumerar múltiples aspectos que pueden entrar en juego al momento de realizar un viaje por parte de esta clase de turistas:

“...sin duda, la percepción del estado de salud (PES) constituye la base de la pirámide, por tratarse del factor decisor principal. Ya que las enfermedades o una PES negativa son factores limitantes en la motivación de viaje de los turistas senior. Otros aspectos fundamentales son: el estatus económico (poder adquisitivo), la oferta de sitios turísticos, seguridad personal e infraestructura disponible en los destinos.” (Rodríguez, Cano y Priego, 2021: 231).

En este sentido, la mejor forma de posicionar los destinos en la mente de los turistas denominados “seniors” es llevando a cabo estrategias que cubran sus deseos y necesidades teniendo en cuenta factores como su estado de salud, poder adquisitivo y disponibilidad de tiempo para viajar. Sabiendo que la mayor disposición de las personas mayores para viajar se encuentra estrechamente relacionada con su estado de salud, así como con el acceso a tratamientos médicos especializados —incluyendo los odontológicos—, se vuelve fundamental considerar estos aspectos al diseñar estrategias de

atracción para este segmento etario. Esto se debe a que los pacientes de una edad avanzada no solo requieren más atención médica en general, sino que además muestran una prevalencia más grande en cuanto a enfermedades bucodentales en comparación con grupos más jóvenes.

Es así como, si bien el mercado del turismo médico en Argentina se encuentra orientado hacia pacientes extranjeros, este panorama también podría poner en evidencia y presentar una oportunidad de desarrollo hacia el público nacional, entendiendo que la salud bucal representa un derecho para la población argentina en general —evidenciado en el artículo 75, inciso 22 de la Constitución Nacional, Ley Nacional 17.132 y Ley Nacional 26.529—. La realidad presenta un escenario en donde en un gran sector de la población el cuidado dental implica una cuestión importante para su salud y el turismo médico podría surgir como una forma o una alternativa posible de promover este tipo de cuidados en la sociedad aún más, agregando un incentivo para que los ciudadanos consideren el cuidado bucal como parte de una experiencia integral, combinando bienestar, prevención y recreación, y llevando a pensar al turismo médico no solo como un eje de crecimiento económico o un producto dirigido a pacientes-turistas internacionales, sino también como una estrategia potencial de salud pública.

Sin embargo, es fundamental continuar monitoreando estas tendencias y adaptar las políticas públicas y privadas para aprovechar las oportunidades que este crecimiento representa, en donde para mantener y potenciar aún más este factor, será fundamental continuar innovando, mejorar la competitividad y fortalecer las estrategias de promoción internacional, aprovechando las tendencias demográficas globales y las oportunidades que ofrece el mercado de la salud, garantizando al mismo tiempo el acceso a servicios de calidad para una población que, cada vez más, demanda atención dental especializada.

Si bien aún persisten limitaciones en la disponibilidad de datos sistematizados, los registros existentes permiten vislumbrar una tendencia positiva sostenida, que no solo fortalece la posición de la odontología en el mercado internacional, sino que también abre la posibilidad de consolidarla como una herramienta estratégica en el plano nacional.

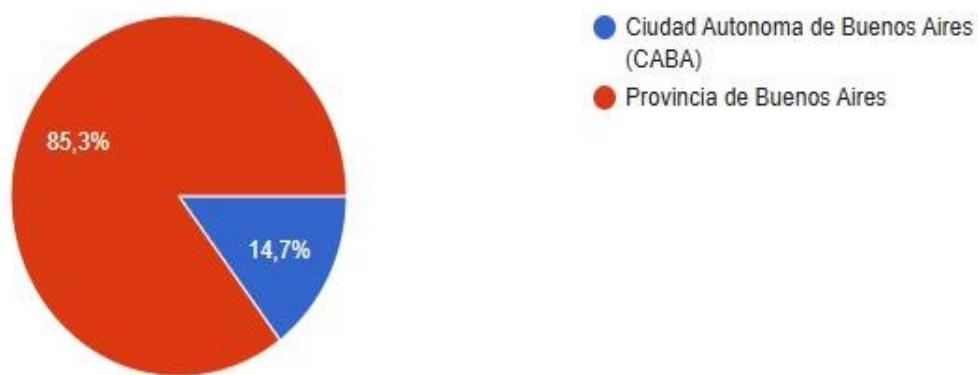
3.2.1 Análisis aproximado sobre la percepción de profesionales dentales de CABA y la provincia de Buenos Aires

Con el fin de comprender de manera más profunda la situación actual del turismo médico y los servicios odontológicos en el país, resulta pertinente analizar la percepción que poseen los profesionales del sector. En este sentido, se estableció una encuesta, de tipo cerrada, con el objetivo de identificar su grado de familiaridad y percepción relacionadas con esta modalidad turística.

Dicha encuesta se realizó de manera online y directa, a través de un formulario de Google y la misma fue enviada a la mayor cantidad de consultorios existentes tanto de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), como también en el resto de la provincia de Buenos Aires que fue posible. El relevamiento se llevó a cabo a mediados de septiembre hasta los primeros días del mes de octubre del año 2025, donde a partir del contacto telefónico directo, se llegó a la cantidad exacta de 34 encuestas realizadas con éxito, con 5 provenientes de lo que respecta CABA y el resto, de la provincia de Buenos Aires (Figura 12).

Figura 12

Lugar laboral de los encuestados

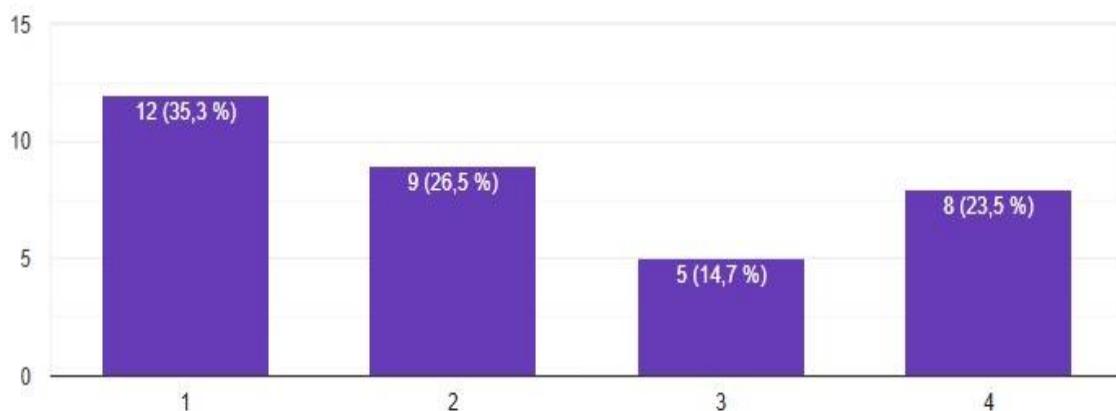


Fuente: Marconi, S., 2025.

Si bien el número de casos relevados no permite obtener resultados estadísticamente representativos, el propósito del estudio es exploratorio y descriptivo, orientado a obtener una visión general y aproximada sobre la percepción que los odontólogos poseen respecto al turismo médico en Argentina y los servicios odontológicos en particular, buscando así, identificar tendencias iniciales y puntos de vista comunes entre los profesionales consultados.

En principio, se buscó evaluar el grado de conocimiento y familiaridad que poseen los profesionales odontológicos respecto al concepto de turismo médico. Permite identificar si los encuestados comprenden la definición básica de esta modalidad turística —entendida como el desplazamiento de personas hacia otro país con el fin de recibir tratamientos médicos o de bienestar—, así como determinar el nivel de difusión y reconocimiento del término dentro del ámbito odontológico. Los resultados obtenidos brindan una primera aproximación al nivel de conciencia profesional sobre la existencia y alcance de este fenómeno en Argentina. Los mismos se determinan desde la opción 1, siendo la falta total de conocimiento sobre el tema, hasta el número 4 siendo una comprensión total sobre este segmento turístico (Figura 13).

Figura 13
Familiarización con el concepto de turismo médico



Fuente: Marconi, S., 2025.

A partir de los resultados obtenidos, se observa que existe un nivel de conocimiento heterogéneo sobre el concepto de turismo médico entre los profesionales odontológicos encuestados. De los 34 participantes, más de un tercio (35,3%) manifestó no estar familiarizado en absoluto con el término, mientras que un 26,5% indicó tener un conocimiento limitado, lo cual evidencia una baja familiaridad general con esta modalidad turística. Por otro lado, solo aproximadamente un 14,7% declaró estar bastante familiarizado y un 23,5% afirmó conocerlo en profundidad, representando un grupo minoritario que demuestra una comprensión más sólida del fenómeno (Figura 13).

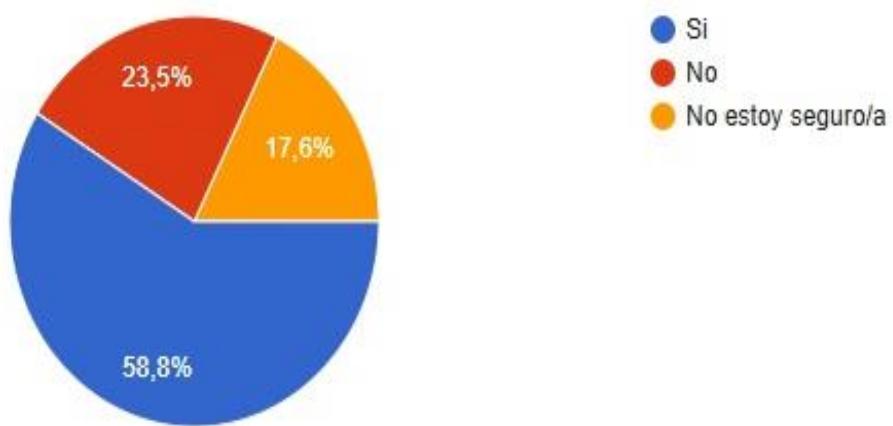
En conjunto, estos resultados permiten inferir que, a pesar de que el turismo médico constituye un segmento que ha tenido un desarrollo en Argentina durante el último tiempo,

su conocimiento aún no se encuentra extendido totalmente entre los profesionales odontológicos, incluso dentro de una provincia con alta densidad de oferta sanitaria como Buenos Aires. Esto podría indicar, como se vio anteriormente, en una falta de difusión institucional o académica sobre el tema, así como una necesidad de fortalecer la comunicación y formación del sector odontológico respecto a su potencial rol dentro del turismo médico.

Siguiendo, respecto al nivel de conocimiento que poseen los profesionales odontológicos acerca de la presencia de pacientes extranjeros que eligen Argentina como destino para recibir tratamientos dentales. Su propósito fue identificar si los encuestados reconocen la existencia de un flujo internacional de pacientes motivado específicamente por la oferta odontológica nacional, lo cual permite evaluar el grado de visibilidad y percepción del turismo dental dentro del ámbito profesional. Los resultados de esta pregunta contribuyen a comprender cómo los odontólogos perciben el posicionamiento del país como destino dentro del turismo médico.

Figura 14

Conocimiento sobre pacientes extranjeros que visiten Argentina por atención odontológica



Fuente: Marconi, S., 2025.

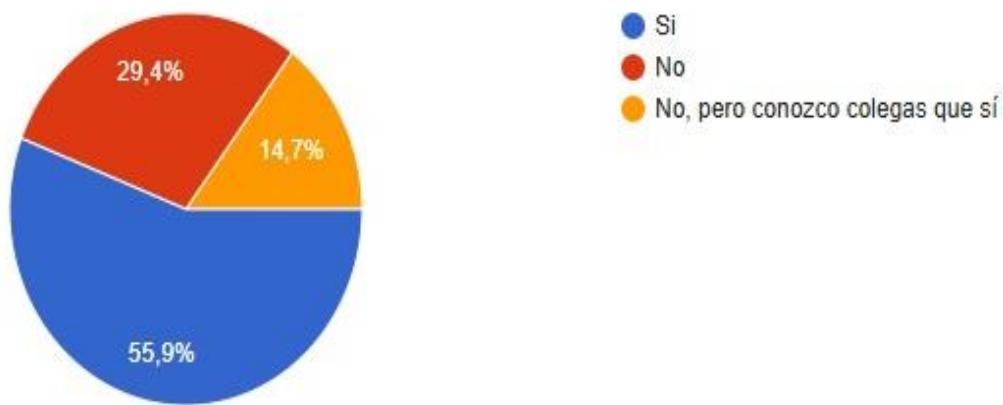
Los resultados reflejan una mayor conciencia sobre este fenómeno por parte de los profesionales encuestados. De los 34 odontólogos participantes, 20 (58,8%) afirmaron conocer la existencia de este tipo de pacientes, mientras que 8 (23,5%) respondieron que no y 6 (17,6%) manifestaron no estar seguros (Figura 14).

Estos valores permiten inferir que, aunque el concepto general de turismo médico no es ampliamente conocido, sí existe una percepción más concreta respecto al flujo de llegada y el interés por parte de pacientes extranjeros con fines odontológicos en Argentina, probablemente debido al contacto directo o indirecto con casos de este tipo dentro de la práctica profesional.

Luego, se consultó sobre la experiencia directa de los profesionales odontológicos respecto a la atención de pacientes extranjeros que hayan visitado Argentina con fines médicos u odontológicos. Busca complementar la pregunta anterior, y determinar si los encuestados han tenido contacto real con el turismo médico o dental desde su práctica profesional, permitiendo así identificar el grado de participación concreta del sector odontológico dentro de este segmento turístico. Los resultados aportan información valiosa para comprender el nivel de involucramiento de los odontólogos en la atención de turistas-pacientes y la magnitud real del fenómeno desde una perspectiva práctica.

Figura 15

Participación de profesionales odontológicos en la atención de pacientes extranjeros en Argentina



Fuente: Marconi, S., 2025.

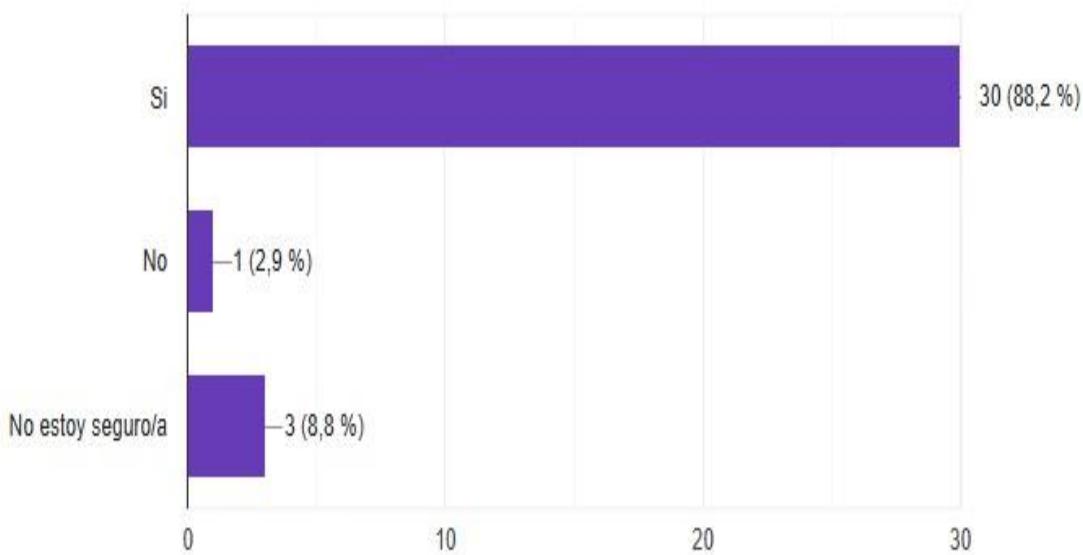
En cuanto a la experiencia directa de los profesionales encuestados con pacientes extranjeros, los resultados reflejan una tendencia similar a la observada en la pregunta anterior. De los 34 odontólogos consultados, 19 (55,6%) afirmaron haber atendido pacientes extranjeros que visitaron Argentina con fines médicos u odontológicos, 10 (29,4%) señalaron no haber tenido este tipo de experiencias, y 5 (14,7%) manifestaron no

haber atendido personalmente a pacientes internacionales, pero sí conocer colegas que lo han hecho (Figura 15).

Estos datos confirman que existe una participación efectiva, aunque todavía limitada, del sector odontológico en la atención de turistas-pacientes, lo cual demuestra que el turismo dental en Argentina ya es una realidad, aunque en una etapa temprana de desarrollo. Asimismo, la proporción de profesionales que no han recibido pacientes extranjeros o que solo conocen casos de terceros podría sugerir que la distribución de esta demanda no es uniforme en todo el territorio, concentrándose principalmente en grandes centros urbanos, tema visto anteriormente en el escrito.

Por otro lado, se buscó evaluar la percepción de los profesionales odontológicos sobre la competitividad de Argentina como destino dentro del turismo dental internacional. Su propósito es identificar si los encuestados reconocen ventajas comparativas y competitivas que posicen al país favorablemente frente a otros destinos. De este modo, permite analizar el grado de confianza y valoración que los propios actores del sector odontológico tienen respecto al potencial del país para atraer pacientes extranjeros en búsqueda de tratamientos dentales.

Figura 16
Ventajas competitivas de Argentina para atraer turistas odontológicos



Fuente: Marconi, S., 2025.

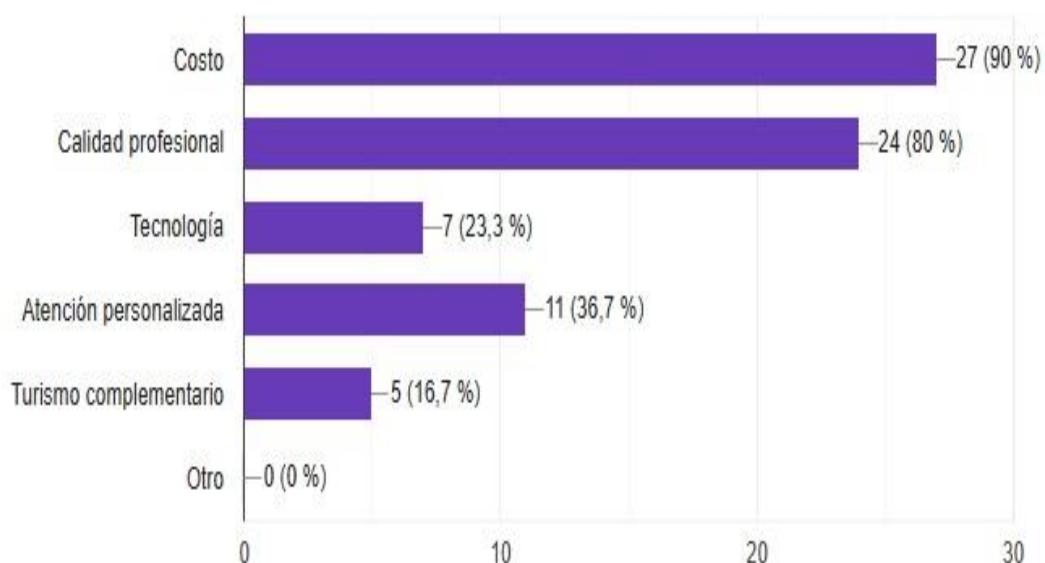
Respecto a la percepción sobre la competitividad del país, los resultados fueron ampliamente favorables. De los 34 odontólogos encuestados, 30 (88,2%) consideran que Argentina posee ventajas competitivas para atraer turistas odontológicos frente a otros países, mientras que solo 1 (2,9%) respondió negativamente y 3 (8,8%) manifestaron no estar seguros (Figura 16).

Esta marcada mayoría indica que existe una visión positiva en la capacidad del país para competir frente a otros destinos internacionales en lo relacionado al turismo dental y el ofrecimiento de sus servicios odontológicos.

Por último, se buscó que los profesionales odontológicos puedan identificar los factores que consideran a Argentina como un país con ventajas competitivas, preguntando anteriormente. Aquí, se buscó relevar qué aspectos son considerados determinantes en la elección del país. Los resultados (Figura 17) permiten comprender qué elementos del sistema odontológico argentino son más valorados desde la perspectiva del propio sector profesional, aportando información clave para el diseño de estrategias de promoción del potencial turismo dental.

Figura 17

Factores más atractivos para un paciente extranjero que busca servicios odontológicos en Argentina



Fuente: Marconi, S., 2025.

Entre los profesionales que reconocen la existencia de ventajas competitivas en Argentina, se observa que los factores económicos y de calidad profesional son los principales

atributos que explican la atracción de pacientes extranjeros hacia el país. De los 30 encuestados que respondieron afirmativamente, 27 (90%) identificaron el costo de los tratamientos como el aspecto más atractivo, seguido por 24 (80%) que destacaron la calidad profesional de los odontólogos argentinos. Luego, en menor medida, 11 profesionales (36,7%) mencionaron la atención personalizada, 7 (23,3%) la tecnología aplicada en los procedimientos, y 5 (16,7%) el turismo complementario como factores adicionales que fortalecen la experiencia del paciente internacional. Ninguno seleccionó la opción “otros”, lo que demuestra un consenso claro en torno a los principales ejes competitivos del país.

Estos resultados reflejan que el precio accesible para un turista-paciente internacional combinado con la alta formación profesional, constituye el núcleo de la ventaja competitiva argentina dentro de este segmento turístico, mientras que otros aspectos — como la atención personalizada y la posibilidad de combinar salud con ocio— funcionan como valores agregados que complementan la oferta.

4. CAPITULO IV: Diagnóstico

4.1. Análisis FODA

A continuación, se presenta el análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (F.O.D.A) de Argentina en relación al turismo médico y turismo dental. Este instrumento permite identificar los principales factores internos y externos que influyen en el desarrollo y la consolidación de esta modalidad turística en el país. A través de este análisis también se busca comprender las ventajas competitivas que posee Argentina, los desafíos que enfrenta, así como las oportunidades de crecimiento y posicionamiento internacional que pueden aprovecharse en el futuro, ofreciendo una visión integral del contexto actual de este segmento turístico en el país.

Fortalezas

- Gran capacidad de recursos humanos disponibles referidos a profesionales de la salud, especialmente en odontología, con una formación académica sólidas y de calidad.
- Infraestructura médica avanzada en centros privados y hospitales de referencia, con tecnología de última generación.
- Existencia de atractivos consolidados en el país, que puedan atraer a turistas médicos.
- Costos de tratamientos competitivos, significativamente más bajos respecto de países desarrollados.
- Instituciones reconocidas internacionalmente como el Hospital Italiano, Hospital Austral, el Sanatorio Allende, el Hospital Alemán y el Hospital Privado Universitario.
- Fomento de las instituciones médicas sobre la atención y el ofrecimiento de sus servicios a turistas internacionales.
- Presencia de organismos internacionales como el MTA y el JCI que certifican y avalan al país como un destino de turismo médico atractivo en el mundo.
- Turismo médico como concepto dentro del PFETS (2025) y proyectos provinciales para incentivar el desarrollo de esta modalidad.

- Inversiones en equipamientos y dispositivos dentales, lo que fortalece la industria local.
- Adhesión a numerosos eventos internacionales vinculados con la temática realizados en el exterior.
- Sede de eventos y congresos internacionales de turismo médico realizados.

Oportunidades

- Envejecimiento poblacional en Argentina y en el mundo, que aumenta la demanda de servicios odontológicos y protésicos.
- Panorama optimista sobre el crecimiento global del turismo médico y dental con proyecciones positivas hasta 2030.
- Posibilidad de captar mayor mercado regional (países limítrofes) en tratamientos de baja y media complejidad.
- Desarrollo del segmento turismo doméstico: turismo odontológico como incentivo para la población residente con baja atención bucodental.
- Integración con la oferta turística argentina, potenciando experiencias integrales.
- Nuevas opciones de servicios dentales como implantología y ortodoncia invisible, que generan nuevas oportunidades de mercado.
- Inclusión de otras instituciones de calidad dentro de la red de turismo médico formada por la CATM como el Instituto Zaldivar

Debilidades

- Falta de estadísticas sistematizadas y ausencia de un observatorio oficial en la CATM que organice datos de la demanda real.
- Concentración de instituciones médicas en Buenos Aires y CABA, con baja inclusión de provincias en la red nacional.
- Escasa articulación entre instituciones odontológicas y red de turismo médico formada por la CATM como producto turístico.
- Débil definición del perfil del turista médico, lo que dificulta diseñar estrategias de captación.

- Falta de comunicación y difusión académica sobre el turismo médico entre los profesionales de la odontología.
- Limitada promoción del turismo médico-odontológico en comparación con otros segmentos turísticos consolidados.
- Ubicación geográfica lejana a los mercados de interés más importantes tales como Estados Unidos.

Amenazas

- Competencia de destinos internacionales consolidados con mayor trayectoria en turismo médico.
- Inestabilidad macroeconómica de Argentina, que puede desalentar la llegada de turistas internacionales.
- Dependencia de importaciones de insumos y dispositivos médicos.
- Riesgo de percepción negativa sobre la seguridad, infraestructura o condiciones sociales del país.
- Impacto de crisis sanitarias globales que reducen la movilidad internacional.
- Falta de concientización sobre la salud bucodental a nivel internacional.

5. Consideraciones Finales

El turismo médico se ha convertido en uno de los segmentos emergentes más interesantes dentro del sector de turismo salud. Si bien no se trata de un fenómeno reciente —registrándose prácticas de este tipo desde tiempos remotos, como en la antigua Grecia o el Imperio romano—, lo cierto es que en las últimas décadas ha cobrado un impulso significativo. Este crecimiento responde, en gran medida, a la necesidad de numerosas personas que, frente a los elevados y muchas veces prohibitivos costos de atención en sus países de origen, optan por acudir a sistemas de salud en destinos alternativos que ofrecen calidad y accesibilidad a precios más baratos.

El presente trabajo ha permitido evidenciar que el turismo médico, y en particular su segmento odontológico, se constituye en una actividad en pleno proceso de consolidación en Argentina, visto claramente en el accionar por parte de distintas organizaciones públicas y privadas, articuladas de manera conjunta para incluir a esta actividad en un lugar cada vez más importante dentro de las agendas públicas de las provincias. Dichas acciones pueden verse en el plano nacional en la propia creación de la Cámara Argentina de Turismo Médico —ente regulador de esta actividad— a partir del trabajo articulado del INPROTUR y el CIASPA, donde se conforma una gran red de instituciones y agencias de viajes con un foco puesto en el ofrecimiento de este tipo de viajes y la captación de turistas internacionales. Dicha relevancia también puede notarse a partir de ejemplos concretos como en las distintas menciones que se realizan de esta modalidad turística en el Plan Estratégico de Turismo Sustentable 2025 o también en distintas resoluciones y leyes gubernamentales, como se pueden ver en la Resolución N° 1335/2013 del Ministerio de Salud o en los proyectos de ley presentados como en la provincia de Misiones.

Del mismo modo, a nivel internacional, se pudo constatar la vinculación con organismos como la MTA y la JCI los cuales han contribuido a la visibilización y el posicionamiento de Argentina en este mercado, realizando acciones como la acreditación, promoción y certificación de diversas instituciones médicas nacionales, con el objetivo de fortalecer su competitividad y confianza en el plano global.

Esto demuestra que el turismo médico en Argentina representa una actividad regulada y respaldada por algunas normativas que garantizan su integración tanto en el sistema de salud como en la política turística nacional. En consecuencia, también se puede ver como algunas de las instituciones médicas vistas a lo largo del escrito han incorporado este

fenómeno como parte de su estrategia de servicios, reconociéndolo como un segmento de interés al que destinan una oferta diferenciada para pacientes extranjeros. A ello se suma una amplia variedad de atractivos turísticos que fortalecen esta modalidad, presentes no solo en Buenos Aires, sino también en diversas regiones del territorio que convierten a la Argentina como un destino con grandes fortalezas para seguir creciendo y con potencial para atraer turistas internacionales para la realización de turismo odontológico.

En este sentido, todo lo analizado permite advertir la existencia de un mercado odontológico nacional dinámico y en expansión, sustentado en una infraestructura sólida, una notable capacidad de recursos humanos y una constante inversión en equipamiento dental. Si bien esta modalidad turística aún no se encuentra plenamente incorporada dentro del sector odontológico, las encuestas realizadas reflejan que los profesionales, no solo reconocen el potencial de este sector para ser ofrecido dentro de la modalidad de turismo médico en Argentina, sino que también valoran principalmente tres factores diferenciales capaces de atraer pacientes extranjeros: los costos competitivos, la calidad profesional y la atención personalizada.

A partir de estos elementos, se puede concluir que la demanda de servicios odontológicos dentro del turismo médico argentino conforma un sector en crecimiento. Este proceso se ve impulsado tanto por factores estructurales —como el envejecimiento poblacional y el aumento de las enfermedades bucodentales— como también por cambios en los patrones de consumo y por las crecientes inversiones en el ámbito de la salud, lo que permite proyectar un escenario favorable para el desarrollo sostenido de este segmento en el país.

No obstante, como ya se ha notado, aún persiste la necesidad de un mayor esfuerzo por parte de la Cámara Argentina de Turismo Médico en dos aspectos clave: por un lado, promover una articulación más amplia que facilite la inclusión de un mayor número de organizaciones odontológicas dentro de este segmento, así como también mejora de la comunicación sobre esta clase de viajes turísticos entre esta rama de profesionales; y por otro, fomentar la incorporación de instituciones médicas —muy concentradas en Buenos Aires— de aquellas provincias que todavía no han incursionado de manera activa en el turismo médico, pese al potencial que poseen. Dichas aptitudes se reflejan tanto en la calidad de su infraestructura como en el nivel tecnológico de sus equipamientos, factores que permitirían ofrecer servicios de excelencia a pacientes internacionales. A esto se suma la extensa red de consultorios y centros dentales distribuidos en todo el país, que refuerzan

la capacidad del sector para consolidarse en el ámbito internacional, desarrollando no solo la atención clínica, sino también servicios complementarios como alojamiento y traslados.

También, al ser un organismo relativamente nuevo, se han notado ciertas cuestiones a mejorar —debido en gran medida a la inexistencia de un observatorio para su estudio en profundidad— en lo que respecta a la identificación de características y una definición del perfil que presenta un turista médico, donde se notó como una cuestión que necesita un mayor desarrollo para la realización de mejores estrategias de captación y promoción de estos viajes. Por otro lado, estas dificultades influyeron igualmente en la identificación de números para el estudio de la demanda del segmento odontológico y la verificación de su existencia, sí bien se pudo constatar la existencia de la misma, se presentaron en números ya que no hay disponible un relevamiento más claro sobre la llegada de esta clase de turistas hacia estos establecimientos de salud.

Vale remarcar que, en este sentido, el desafío central radica en seguir articulando políticas públicas y privadas que fortalezcan el desarrollo del turismo médico y el segmento odontológico en Argentina, promoviendo una mayor coordinación institucional, una planificación sostenida y la integración efectiva de todos los actores del sector. De esta manera, esta modalidad no solo puede consolidarse como un motor económico de relevancia para el país, sino también como un instrumento estratégico de salud pública y bienestar integral, capaz de generar beneficios tanto para los pacientes internacionales como para la población local.

Se espera que en futuras investigaciones se continúe analizando la evolución de este segmento turístico a nivel nacional pero para concluir, es posible afirmar la hipótesis planteada, ya que en lo referido a la infraestructura médica, el nivel de sus profesionales de salud y el arribo de visitantes internacionales que posee Argentina son lo suficientemente adecuados para potenciar al turismo odontológico como una rama más dentro de lo que es el turismo médico en el país.

6. Bibliografía

- ACADEMIA NACIONAL DE ODONTOLOGIA (2024). La Odontología y su Relación con la Comunidad Frente al Desarrollo Tecnológico Actual: Propuesta de las Academias Nacionales para la Argentina venidera. Disponible en: <https://anm.edu.ar/wp-content/uploads/2024/06/AN-Odontologia-G.-Trigo-E.-Rey-A.-Pistochini-y-Acad.-J.-Fernandez-Monjes.pdf>
- ARGENTINA HEALTHCARE (2025). *Argentina: destino de turismo medicinal.* Disponible en: <https://argentinahealthcare.org/es/>
- ARAGONÉS, F. (2012). El turismo de salud: Conceptualización, historia, desarrollo y estado actual del mercado global. *Revista Clío América*, N°11 (Volumen 6), pp. 72-98. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5114831>
- ARCHENTI, A. (2011). “Bahía Blanca hacia el Termalismo” Director: Juan Carlos Pascale. (Tesis de Licenciatura en Turismo). Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.
- ARANDA, M. (2020). “Del recurso atractivo a la experiencia turística”. *Revista Turydes: Turismo y desarrollo*, N°29 (Volumen 13), 64-79. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7811841>
- ARIAS, F. (2012). “*El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica*”. Caracas: Editorial Episteme. Disponible en: <https://books.google.com.co/books?id=W5n0BgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&s#v=onepage&q&f=false>
- ÁMBITO (2023, agosto 21). Según la OCDE, Argentina es uno de los tres países con mayor inversión en salud. *Ámbito*. Disponible en: <https://www.ambito.com/economia/segun-la-ocde-argentina-es-uno-los-tres-paises-mayor-inversion-salud-n5800669>
- ALLIED MARKET RESEARCH (2024). *Medical Tourism Industry Statistics - Market Size, Share, Growth Rate, Trends Analysis & Forecasts (2025 - 2030)*. Disponible en: https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/medical-tourism-market?network=g&source_campaign=&utm_source=google&utm_medium=cpc&matchtype=p&device=c&gad_source=1&gclid=CjwKCAjwwLO_BhB2EiwAx2e34AwKS15lEPxpxhi1V_enoL1t2QDZrOMW4fmAQ9D1FvTmDnJhk8PEhoCb9gQAvD_BwE

- ALMANZA, M. MUÑOZ, S. & HERNANDEZ, I. (2016). El Turismo Médico: Tendencia de Transformación Para Ciudad Juárez, México. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, N° 21 (2016). Disponible en: <http://www.eumed.net/rev/turydes/21/turismo-medico.html>
- BASUALDO, L (2020). “Están viniendo cada vez más”. Movilidad por salud y “turismo médico” en la Argentina. *Argumentos*, N°2 (Volumen 17), 205-231. Disponible en: <https://doi.org/10.32887/issn.2527-2551v17n2p.205-231>
- BRIZIO, N. (2014). “Análisis de la potencialidad del Turismo Médico en Bahía Blanca”. Directora: Stella Maris Visciareli. (Tesis/Tesina de grado, inédita). Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.
- CÁMARA ARGENTINA DE TURISMO MÉDICO (CATM) (2025). *Un Negocio Saludable*. Disponible en: <https://www.caturismomedico.org/un-negocio-saludable/>
- CÁMARA ARGENTINA DE TURISMO MÉDICO (CATM) (2025a). *Instituciones Médicas*. Disponible en: <https://www.caturismomedico.org/institucion/categoria/instituciones-medicas/>
- CIUPIK, A., HUTTER, M y PORTO, N (2023). Turismo médico: revisión sistematizada de la literatura y evidencia. *Económica*, N°69 (2023), pp. 122-163. Disponible en: <https://doi.org/10.24215/18521649e033>
- CHAN, H.K (2010). Hotel Customers Needs Satisfaction and Loyalty: Analysis of Travelers with Disabilities in Taiwan. Texas Tech University. Disponible en: <https://ttu-ir.tdl.org/items/8ac3c85e-7f5f-4bc0-a855-47c7e6492e86>
- CLARIN (2016, octubre 24). Mil extranjeros al mes vienen a curarse o ponerse implantes. *Diario Clarín*. Disponible en: https://www.clarin.com/tendencias/Mil-extranjeros-curarse-ponerse-implantes_0_H1NPOIsaP7e.html
- COMISION ECONOMICA PARA AMERICA LATINA Y EL CARIBE (CEPAL) (2022). *CEPAL examina el panorama actual del envejecimiento en la región, así como los avances y desafíos para el ejercicio de los derechos y la inclusión de las personas mayores*. Disponible en: <https://www.cepal.org/es/noticias/cepal-examina-panorama-actual-envejecimiento-la-region-asi-como-avances-desafios-ejercicio>
- CONNELL, J. (2006). Medical tourism: Sea, sun, sand and... surgery. *Tourism Management*, N°6 (2006), pp. 1093-1100. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.11.005>

CONSEJO ECONOMICO Y SOCIAL DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES (CESBA) (2014). Informe Turismo Médico Septiembre 2014. Disponible en: <https://www.cesba.gob.ar/wp-content/uploads/2024/11/10-Informe-Turismo-Medico-Septiembre-2014.pdf>

DOMINGO, D. (2024, agosto 2). La demanda de odontología estética impulsa el mercado mundial de implantes: así crecerá en 10 años. *ConSalud*. Disponible en: https://www.consalud.es/dentalia/tratamientos/demanda-odontologia-estetica-mercado-mundial_147162_102.html

DONAIRE, J. (1998). La reconstrucción de los espacios turísticos: La geografía del turismo después del fordismo. *Sociedades e Territorio*, N°28 (1998), pp. 1-34.

EL MENSAJERO (2024, julio 26). Argentina como destino de turismo médico en Latinoamérica. *El Mensajero*. Disponible en: https://mensajero.com.ar/actualidad/argentina-como-destino-de-turismo-medico-en-latinoamerica_a66a409d9af5650b886fe782e

FUENTES, P. (2009). El turismo de salud como producto turístico en auge: Análisis del caso de la Provincia de Buenos Aires. Universidad Nacional de Mar del Plata. Disponible en:

https://repositoriosdigitales.mincyt.gob.ar/vufind/Record/NULAN_3ca3df70082f32d5a49294f357f6f4a8

GARCIA-MARIN, R., BRAÇE, O. y GARRIDO-CUMBRERA, M. (2023). Aproximación al Turismo de Salud desde la Geografía. Definición y Campo de Estudio. *Cuadernos de Turismo*, N°51 (2023), pp. 211-226. Disponible en: <https://doi.org/10.6018/turismo.571521>

GONZALES Y RIVAS, M (2019). La salud bucal en la República Argentina. Análisis del Sector. *Universitas Odontológica* (2019). N°80. Disponible en: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.uo38-80.sbra>

GOODRICH, J. N., & GOODRICH, G. E. (1987). Health Care Tourism—An Explanatory Study. *Tourism Management*, N°8 (1987), pp. 217-222. Disponible en: [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(87\)90053-7](https://doi.org/10.1016/0261-5177(87)90053-7)

HEALY, R. G (2005). El envejecimiento de la población en América del Norte: una oportunidad para la creación de empleos mediante el comercio continental. *Estudios*

Demográficos y Urbanos N°3 (2005), pp. 605–617. Disponible en: <https://doi.org/10.24201/edu.v20i3.1211>

HOSPITAL ITALIANO DE BUENOS AIRES (2025). *Acerca de la Joint Commission International.* Disponible en: <https://www1.hospitalitaliano.org.ar#!/home/calidad/seccion/95202>

HOSPITALIDAD Y NEGOCIOS (2016). Turismo Médico: Un Negocio Saludable. *Ladevi Medios y Soluciones.* N°114, Mayo de 2016, pp. 20-25. Disponible en: https://issuu.com/ladevi.argentina/docs/hyn_114

HOSPITAL ALEMAN (2025). *Historia del HA.* Disponible en: <https://www.hospitalaleman.org.ar/nuestro-hospital/historia-del-ha/>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS (INDEC) (2025). Turismo Internacional 2014-2024. Disponible en: <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-3-13-55>

INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCION TURISTICA (INPROTUR) (2025). *Competencias.* Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/interior/turismo/inprotur>

PARDO, S (2025, julio 12). Un hospital argentino obtuvo por quinta vez una acreditación internacional de excelencia. *Infobae* Disponible en: <https://www.infobae.com/salud/2025/07/12/un-hospital-argentino-obtuvo-por-quinta-vez-una-acreditacion-internacional-de-excelencia/>

LA NACIÓN (2024, diciembre 6). Sanatorio Allende de Córdoba obtuvo la JCI: Un Nuevo Estándar en Calidad y Seguridad Hospitalaria. *La Nación.* Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/salud/un-hito-historico-sanatorio-allende-de-cordoba-obtuvo-la-acreditacion-internacional-en-calidad-y-nid06122024/>

JOINT COMMISSION INTERNATIONAL (JCI) (2025). *Search for JCI-Accredited Organizations.* Disponible en: <https://www.jointcommissioninternational.org/who-we-are/accredited-organizations/#sort=%40oname%20ascending>

KOTLER, P. (2011). “*Marketing Turístico*” Pearson Educacion, S.A, Madrid. Disponible en: <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/04/Marketing-Tur%C3%ADstico-de-Philip-Kotler.pdf>

LA NACIÓN (2009, octubre 25). Al consultorio, pero también a pasear. *La Nación*. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/ciencia/al-consultorio-pero-tambien-a-pasear-nid1190329/>

MEZA, E. (2016). Un Enfoque a la Importancia del Turismo. *Turismo y Patrimonio*, N°10 (2016), pp. 134-136. Disponible en: <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2016.n10.09>

MEDICAL TOURISM ASSOCIATION (MTA) (2020). *Medical Tourism Index 2020-2021*. Disponible en: <https://www.medicaltourism.com/mti/home>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD (OMS) (2020). *Salud Bucodental*. Disponible en: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/oral-health>

ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) (2025). *World Tourism Barometer* N°1 Volumen 23. Disponible en: https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2025-01/Barom_PPT_Jan_2025.pdf?VersionId=y_YdR.m6ZbIa2gvifyN4ACfn_pVNKh

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (OMT) (2024). Glosario de términos de turismo. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) (2015). *Panorama OMT del turismo internacional, Edición 2014-2019*, UNWTO, Madrid. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/action/doSearch?AllField=Panorama+OMT+del+turismo+internacional+2014&ConceptID=>

ORGANIZACION MUNDIAL DE TURISMO (OMT) (2018). *La OMT y la CET publican un informe sobre turismo de salud*. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/press-release/2018-12-20/la-omt-y-la-cet-publican-un-informe-sobre-turismo-de-salud>

OLIVERI, M. L. (2020). *Envejecimiento y atención a la dependencia en Argentina*. Banco Interamericano de Desarrollo (2020). Disponible en: <https://doi.org/10.18235/0002891>

PERFIL CORDOBA (2024, septiembre 11). El Hospital Privado logró una certificación internacional en calidad de atención y seguridad de los pacientes. *Perfil Córdoba*. Disponible en: <https://www.perfil.com/noticias/cordoba/el-hospital-privado-logro-una-certificacion-internacional-en-calidad-de-atencion-y-seguridad-de-los-pacientes.phtml>

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2025). *Definición de medicina*. Disponible en: <https://dle.rae.es/medicina>

RISESTUDIO (2023). *Hospital Italiano 3d Rendering*. Disponible en: <https://www.risestudio.com/proyecto-hospital-italiano-2.php>

RODRIGUEZ, J., MADEIROS, H. de S., GARCIA, S. da C., COSTA, D. P., BIAVATTI, E. H. Z. S., & LACERDA, M. C. (2024). Turismo de saúde: perfil do turista-paciente na cidade de Porto Velho-RO. *Cuadernos De Educación Y Desarrollo*, N°1, pp. 2435–2451. Disponible en: <https://doi.org/10.55905/cuadv16n1-128>

RODRIGUEZ, A., CANO A. & PRIEGO R. (2021). Turismo Séñior, Perfil del Turista y sus Motivaciones de Viaje: Una Revisión Sistematizada. *Societas*, N°2, pp. 211-235. Disponible en: <https://revistas.up.ac.pa/index.php/societas/article/view/2310/2143>

ASTRE, B. (2009). "Aptitudes Climatoterapeúticas de Villa Ventana, partido de Tornquist, provincia de Buenos Aires". Directora: Alicia M. Campo. Co-Directora: Verónica Gil. (Tesis/Tesina de grado, inédita). Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.

SOTO ALMELA J. (2017). Sensorialidad, cognición y afectividad en el lenguaje de promoción turística: análisis de corpus de los verbos de percepción. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*. (Volumen 72), 63-78. Disponible en: <https://doi.org/10.5209/CLAC.57902>

SISTEMA DE INFORMACION TURISTICA DE LA ARGENTINA (SINTA) (2024). Turismo Interno: Datos actualizados al 2 trimestre de 2024 Disponible en: <https://tableros.yvera.tur.ar/interno.html#:~:text=En%20este%20periodo%20los%20viajes,con%20respecto%20al%20a%C3%B3lo%20anterior>

TOURISM AND SOCIETY (TTST) (2024). Turismo médico continúa su crecimiento exponencial a nivel mundial. Disponible en: <https://www.tourismandsocietytt.com/noticias-y-newsletter/2024/2024-enero/ultimas-noticias/turismo-m%C3%A9dico-contin%C3%BAa-su-crecimiento-exponencial-a-nivel-mundial>

TOP DOCTORS (2024). *¿Qué son los Tratamientos Dentales?* Disponible en: <https://www.topdoctors.mx/diccionario-medico/tratamientos-odontologicos/>

VISA AND OXFORD ECONOMICS (2016). *Mapping the Future of Global Travel and Tourism*. Disponible en: <https://usa.visa.com/dam/VCOM/regional/na/us/partner-with-us/documents/mapping-the-future-of-global-travel.pdf>

WANG, L., HOU, Y. & CHEN, Z. (2020). Are Rich and Diverse Emotions Beneficial? The Impact of Emodiversity on Tourists' Experiences. *Journal of Travel Research*, N°60 (2021), pp. 1085-1103. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/0047287520919521>

Páginas web consultadas

ANNA HOUSE DENTAL CLINIC (2025). *Honorarios de dentista privado*. Disponible en: <https://www.annahousedentalclinic.co.uk/es/private-fees-tottenham/>

BALANCEMED3 (2025). *Lista de precios dentales*. Disponible en: http://www.balancemed3.hu/fogaszat/arak/fogaszati_arlista/

BEST AESTHETIC SPECIALIST MALAYSIA (2025). *Price dental breakdown*. Disponible en: <https://bestaestheticspecialistmalaysia.com/dental-cost-breakdown/>

CÁMARA DE DIPUTADOS DE MISIONES (2023). *Proyecto de ley*. Disponible en: <https://www.diputadosmisiones.gov.ar/nuevo/archivos/proyectos/P62329.pdf>

CONSEJO SUPERIOR COLEGIO DE ODONTOLOGOS DE BUENOS AIRES (COSUCOBA) (2025). *Aranceles odontológicos mínimos*. Disponible en: https://www.copba1.org.ar/sistema/uploads/606/entradas/20241226174334_aranceles-odont-minimos-al-01-01-2025-con-membrete.pdf

DENTAL CHAT (2025). *Dental Costs and Prices*. Disponible en: <https://dentalchat.com/dentistry-cost-usa>

DENTAL HOSPITAL THAILAND (2025). *Dental Prices*. Disponible en: <https://dentalhospitalthailand.com/dental-prices/>

FABDENT (2025). *Lista de precios*. Disponible en: <https://www.fabdent.pl/cennik/>

LEY N° 25.997. 5 enero de 2004. Ley Nacional de Turismo. Buenos Aires, Argentina.

LEY N°17.132 24 de enero de 1967. Ejercicio de la Medicina, Odontología y Actividades de Colaboración. Buenos Aires, Argentina.

LEY N°26.529 21 de noviembre de 2009. Derechos del Paciente. Buenos Aires, Argentina.

RESOLUCION N°1335/2013 23 de agosto de 2013. Grupo de Trabajo de Promoción del Turismo Médico – Creación. Buenos Aires, Argentina.

SODEIN (2025). *Lista de precios*. Disponible en: <https://sodein.com/nosotros/lista-de-precios>

MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACIÓN (2014). Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2025.

TEEHEE (2025). *Pricing*. Disponible en:

https://teehee.sg/pricing?gad_source=1&gclid=CjwKCAjw5PK_BhBBEiwAL7GTPYv8KxTvVhFFv2chf_LkQtNVaTd30RdOj8E6TlsKTQJnv7ytEM3blhoCBn4QAvD_BwE

TU ODONTOLOGA (2025). *Precios y aranceles*. Disponible en:
<https://tuodontologa.ar/serviciosyaranceles/>

7. Anexos

Entrevistas a informantes claves

ROA, N. PATRICIA. *Directora de Goose Travel y coordinadora de la unidad Turismo Salud (2025)*.

A continuación, se plasma las preguntas realizadas las cuales fueron enviadas vía mail.

1- ¿Podría contarnos brevemente cómo es su experiencia ofreciendo dentro de sus servicios al turismo médico?

2- ¿Cuál es su rol dentro de la agencia de viajes?

3- ¿Cómo es la relación de la agencia con los organismos encargados de promover el turismo médico, tales como la Cámara Argentina de Turismo Medico?

4- ¿Con que instituciones de salud se han relacionado para prestar este servicio?

5- ¿Qué tipo de tratamientos u especialidades observa que son los más solicitados por los pacientes extranjeros? ¿Podría compartirnos algún registro, dato o referencia que permita dimensionar esta cuestión?

6- ¿Considera que los servicios dentales u odontológicos representan un servicio muy solicitado dentro del turismo medico?

ESPONDA, GRACIELA. *Gerente general de la Cámara Argentina de Turismo Medico (2024)*.

1- ¿Cuál es la demanda existente de turismo médico en argentina? ¿Qué características presenta? ¿Cómo se distribuye?

2- ¿Que rubros médicos son los más buscados?

3- ¿El número de instituciones médicas que están relacionadas a su organización ha aumentado?

4- ¿Qué opina acerca del turismo dental? ¿Lo considera un segmento turístico con potencial para ser ofrecido como producto turístico?

Modelo de la encuesta realizada

A continuación se muestra la conformación de las preguntas realizadas a los profesionales del área odontológica, la cual fueron enviadas por medio telefónico.

Turismo médico en Argentina: ¿la demanda de los servicios odontológicos conforma un segmento turístico dentro de dicha modalidad?

Considerando el crecimiento sostenido del turismo médico y la consolidación de la atención odontológica como una de sus ramas más dinámicas, la siguiente encuesta va dirigida a profesionales de la odontología de la provincia de Buenos Aires y tiene como objetivo identificar su grado de familiaridad y percepción relacionadas con el turismo médico y dental para el desarrollo de mi tesis de grado de licenciatura en turismo del departamento de Geografía y Turismo de la UNS.

Genero

Hombre
 Mujer

Lugar donde realiza su actividad laboral

Texto de respuesta corta

¿Está familiarizado con el concepto de turismo médico?

1 2 3 4
Nada ○ ○ ○ ○ Si, mucho

¿Conoce si en Argentina existen pacientes extranjeros que viajan específicamente para recibir tratamientos odontológicos?

Si
 No
 No estoy seguro/a

¿Ha atendido pacientes extranjeros que visitaron Argentina con fines médicos/odontológicos?

Si
 No
 No, pero conozco colegas que sí

¿Considera que Argentina tiene ventajas competitivas para atraer turistas odontológicos frente a otros países?

Si
 No
 No estoy seguro/a

Si su respuesta es si ¿Cuáles cree que son los factores más atractivos para un paciente extranjero que busca servicios odontológicos en Argentina?

Costo
 Calidad profesional
 Tecnología
 Atención personalizada
 Turismo complementario
 Otro