

Turismo de salud aumenta en el Perú

El turismo de salud viene atrayendo cada vez más turistas al país. Sin embargo, para entender este fenómeno, es crucial comprender en qué consiste.

Según la presidenta del Gremio de Turismo de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), **Marienela Mendoza**, se debe tener en cuenta que dentro de este subsector existen dos variantes, entre las que se encuentran el **turismo médico**, en el que se busca el tratamiento, la cura, la prevención y la rehabilitación; y el **turismo de bienestar o *wellness***, enfocado en las actividades que mejoren el estilo de vida de las personas.

Lee también: El turismo repunta en el Perú: ¿qué falta para alcanzar cifras prepandemia?

En el caso del **turismo médico**, Mendoza resalta que las especialidades de odontología y oftalmología son las que atraen a más visitantes, quienes valoran la calidad y los precios más asequibles en comparación con sus países de origen.

“Por ejemplo, el servicio odontológico en Estados Unidos, comparado con el que se brinda en el país, es 50 % más caro”, detalla Mendoza.

Como dato, destaca que cada año aproximadamente **50 000 chilenos** cruzan la frontera sur de nuestro país para atenderse, principalmente en **Tacna**.

En cuando al **turismo de bienestar**, los visitantes buscan disfrutar más de los destinos que cuenten con aguas termales,

entre otros placeres naturales, así como con una oferta integral que incluya alimentación saludable. Por ello, optan por viajar a departamentos como San Martín, Cusco, Áncash y Arequipa.

Según la Cámara Nacional de Turismo (Canatur), los visitantes que habitualmente buscan atención de salud en el país, así como realizar un **turismo de bienestar**, provienen de **Estados Unidos y Chile**, mientras que los turistas europeos son menos comunes, debido a los altos costos de viaje.

Estadía y gasto

La presidenta del Gremio de Turismo de la CCL, Marienela Mendoza, refiere que el turista *wellness* o el que viene en busca de bienestar tiene un tiempo de estadía y un gasto diario mayores que el del turista en general. Así, el visitante que busca bienestar se podría quedar hasta una semana y al día podría destinar más de US\$ 100, mientras que el turista promedio se quedaría alrededor de cuatro días con un gasto diario que no supera los US\$ 100.

Por su parte, el turista que viene al **Perú** en busca de una atención médica se quedaría solo por un día, y no suele pernoctar en el país.

“Este es el caso, en su mayoría, de este tipo de turista que proviene de nuestro vecino país, Chile”, anota.

Crece franquicias

Por su parte, **Juan Lazarte**, presidente del Sector Franquicias del Gremio de Servicios de la CCL, da cuenta que, en 2022, las franquicias de salud peruanas que atienden a turistas extranjeros que vienen al país en busca de estos servicios creció respecto a 2021.

“En realidad, después de la crisis sanitaria de 2020 que se mantuvo hasta 2021, se ha producido un ligero crecimiento. Sin embargo, no debemos olvidar que en nuestro país no solo hubo una crisis sanitaria, sino también una política, que afectó mucho más porque desalienta a los inversionistas y visitantes. Entonces, podríamos definir que parte del crecimiento se debe a un efecto rebote posterior a la crisis”, explica.

En relación con el tipo de **franquicias de salud** (especialidades) que muestran mayor incremento, Lazarte subraya que los **servicios odontológicos y de cirugías estéticas** pueden ser negocios muy atractivos para impulsar el crecimiento del sector. No obstante, recordó que, por la pandemia, los servicios de odontología y las cirugías estéticas en **Tacna** se suspendieron abruptamente.

Lee también: Gobierno destinará S/ 2.000 millones para reactivar el turismo

¿Qué porcentaje de las franquicias de salud peruanas ya atienden a turistas extranjeros que vienen especialmente al país por estos servicios?

“No se tiene una estadística exacta, porque hay centros médicos u odontológicos que reciben turistas, pero no están en la calificación de franquicias, sino más bien de exportación de servicios. En la medida en que se recuperen las cifras macroeconómicas y se mantenga un tipo de cambio atractivo, tendremos la opción de captar a compatriotas que viven fuera del país y a extranjeros interesados en recibir servicios de alta calidad a un valor menor en comparación con el que se brinda en los países anglosajones”, manifiesta el presidente del sector de Franquicias del Gremio de Servicios de la CCL.

Lazarte considera que el incremento de las **franquicias de salud** pasa por impulsar que los centros de salud realmente implementen una oferta que sea “franquiciable”, con los protocolos, lineamientos, indicadores, imagen y todo lo que corresponde para constituir una franquicia.

“ Por ello, es necesario que las empresas que tengan una oferta que pueda ser considerada como franquicia se unan al sector para brindarles defensa gremial, asistencia legal y técnica, y de este modo puedan generar nuevas oportunidades de negocios”, afirma.

Tarea pendiente

Pese al buen momento del turismo de salud en el Perú, este puede seguir creciendo. Para ello, la presidenta del Gremio de Turismo de la CCL, Marienela Mendoza, indica que debe trabajarse en solucionar las trabas burocráticas, así como impulsar el desarrollo de las ciudades o departamentos, a través de la ejecución de los presupuestos municipales.

“Así se logrará contar con destinos turísticos agradables para mejorar el estilo de vida. Ya contamos con profesionales que se especializan en el turismo de salud”, indica.

Refirió que el **Perú** debe especializarse en **turismo de salud y wellness**, y que ayudaría mucho en esta tarea la realización de congresos sobre nutrición y enfermería, los cuales se efectuaban años atrás en ciudades como Cusco, por ejemplo.

“En Latinoamérica, el turismo de salud lo lidera México; y Guadalajara tendrá en 2024 la Expo Guadalajara, donde se ofrece todo un plan de turismo de salud y la Ruta Maya, por ejemplo. Así la gente apuesta por ir a hacerse purificaciones y a encontrar una alimentación saludable”, refiere.

Precisa que en el Perú las zonas con potencial para turismo *wellness* – además del **Cusco** – son **Iquitos y la selva en general**.

“Debemos prepararnos como país. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) puede lanzar su programa, pero también estar preparados y capacitados para ofrecer este servicio de turismo de salud. En Cusco se está avanzando. En Aguas Calientes hay oferta de masajes, en Cajamarca están los Baños del Inca, pero estos servicios deben mejorar. Hay demanda; sin embargo, falta personal capacitado”, sostiene.

Finalmente, Marienela Mendoza subraya que la salud no solo involucra la de los viajeros, sino también el compromiso con el **turismo sustentable y la preservación del medioambiente**, lo que brindará una oferta integral y atractiva para los visitantes.

LEER MÁS:

Turismo: Cinco claves para cumplir las expectativas de los viajeros