

## **Entrevista: Gonzalo Aranda**

*Experto en Planificación y Evaluación de Servicios Sanitarios*

### **1. Podría explicar brevemente a qué nos referimos cuando mezclamos los conceptos de “Turismo y Salud”.**

Esta en relación con los servicios de estos dos ámbitos de la actividad económica de un área geográfica que una persona “Turista de Salud” busca activamente satisfacer.

Esta persona se plantea viajar a un determinado lugar o país conociendo que en ese lugar puede mejorar alguna dimensión de su salud, ya sea una dolencia reducida (estrés), servicios ligados a mejoras estéticas, terapia de aguas o incluso procedimientos más complejos capaces de ser provistos de forma satisfactoria por empresas sanitarias, ya sean clínicas médicas u hospitales.

### **2. ¿Qué importancia y repercusión tiene en Málaga este tipo de turismo?**

Aunque el estudio aún está en desarrollo y hasta ahora hemos encontrado pocos datos objetivos sobre esta actividad en la provincia, no obstante, y de forma cualitativa, todo apunta a que estamos aun en una fase inmadura para ser conceptualizado como tal.

¿Las causas?, fundamentalmente la actual atomización en los componentes de este servicio y a un déficit en la integración funcional y tecnológica de ambos sectores.

Existen relaciones y contactos pero no se puede hablar de una integración empresarial de turismo y salud todavía.

Nos ha llamado especialmente la atención dentro de este fenómeno, al considerar que, es evidente la importancia de Málaga respecto a su capacidad turística y hotelera y por otro, el que en esta provincia se concentra el 48% de los recursos hospitalarios privados de la región.

### **3. ¿Cómo ha evolucionado la demanda de servicios de este tipo en los últimos años?**

En el ámbito internacional la evolución y, lo que más es relevante, la tendencia de esta demanda de servicios es cada vez mayor, estando en paralelo con los fenómenos de globalización, desarrollo de las tecnologías de la información y las comunicaciones y eliminación de barreras.

Hace tan solo unos años muy pocas personas se planteaban solucionar sus problemas de salud, belleza o reproducción fuera de su entorno más cercano o país. Hoy día no solo se lo plantean un mayor número de ciudadanos, sino que lo buscan activamente y cuando encuentran lo que quieren y se acerca a su mejor presupuesto: viajan.

#### **4. ¿Está la oferta de este tipo de turismo a la altura de la demanda?**

En estos momentos y a falta de finalizar el proyecto de investigación una valoración aproximativa de “altura” estaría en un 6 en una escala de 1 a 10. Los expertos que conforman el Grupo de Investigación, se plantean la hipótesis inicial de que Málaga reúne una serie de condiciones únicas para diseñar esta tipología de turismo de salud.

#### **5. ¿Cuál es el perfil de las personas que buscan servicios de turismo y salud?**

Es difícil, ya que desde una perspectiva de ciudadano europeo estándar: clases medias, profesionales, trabajadores o empresarios cualquiera puede plantearse contratar servicios relacionados con el tratamiento, recuperación, mantenimiento y promoción de su salud. De este modo, el turista de salud en función de cada uno de estos servicios se puede encuadrar en varios perfiles tipo; Desde el deportista que se quiere recuperar la lesión en un hotel tomando el sol y jugando al golf, pasando por parejas con problemas de fertilidad o personas jóvenes, maduras o mayores con algún problema de índole más asistencial que pretenden de alguna forma compensar, -el ya de por sí desagradable problema- asistiéndose en un lugar accesible, agradable y con garantías. No puede definirse un perfil.

#### **6. ¿Qué oportunidades de desarrollo turístico ofrece esta vía?**

Creo que puede ser una “vaca lechera” desde el punto de vista empresarial. Sabemos que es una tremenda oportunidad para estos sectores, configurar una oferta sinérgica de servicios integrados, -producto único- capaz de generar grandes utilidades en el conjunto de la economía malagueña en términos de progreso social, económico, conocimiento y desarrollo tecnológico, en la línea de buscar alternativas o innovar en modelos de producción de servicios turísticos con síntomas de “agotamiento”.

La oportunidad la pintan sola. Las empresas ya están la matriz territorial, como son las redes de hoteles con recorrido, historia y excelencia acreditada de sus servicios y por otro lado la red de hospitales privados, muchos de ellos relacionados con empresas líderes y maduras. Solo les queda colaborar, definir servicios, respaldarse de tecnologías ad-hoc y coger prestigio, la mejor de las campañas de marketing cuando hablamos de servicios de salud, ya sean privados o públicos.

#### **7. ¿Existe algún otro país que sirva como modelo?**

Cada país que ha desarrollado estos servicios tiene sus propias peculiaridades y líneas críticas de éxito, sin existir un estándar de oro en este sentido. Además, como el turista demandante de servicios de salud puede buscar diferentes actividades relacionadas con la salud, que va desde estancias en

Balnearios o Spas hasta someterse a intervenciones quirúrgicas, los países receptores de este tipo de turismo tienen tipologías provisoras y procesos muy diferentes. Así, se proveen estos servicios en muy diferentes áreas del planeta. En América en EEUU o Costa Rica, en Asia en la India Tailandia o Singapur, en el medio oriente Jordania, Israel o Turquía y en Europa Alemania, Bélgica y también España.