



COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

# PROGRAMA DISFRUTA SALUD PERU

**David Ederly Muñoz**  
**Coordinador General**  
**Departamento de Exportación de Servicios**  
**dedery@promperu.gob.pe**  
**CHICLAYO, 4 de Junio 2009**



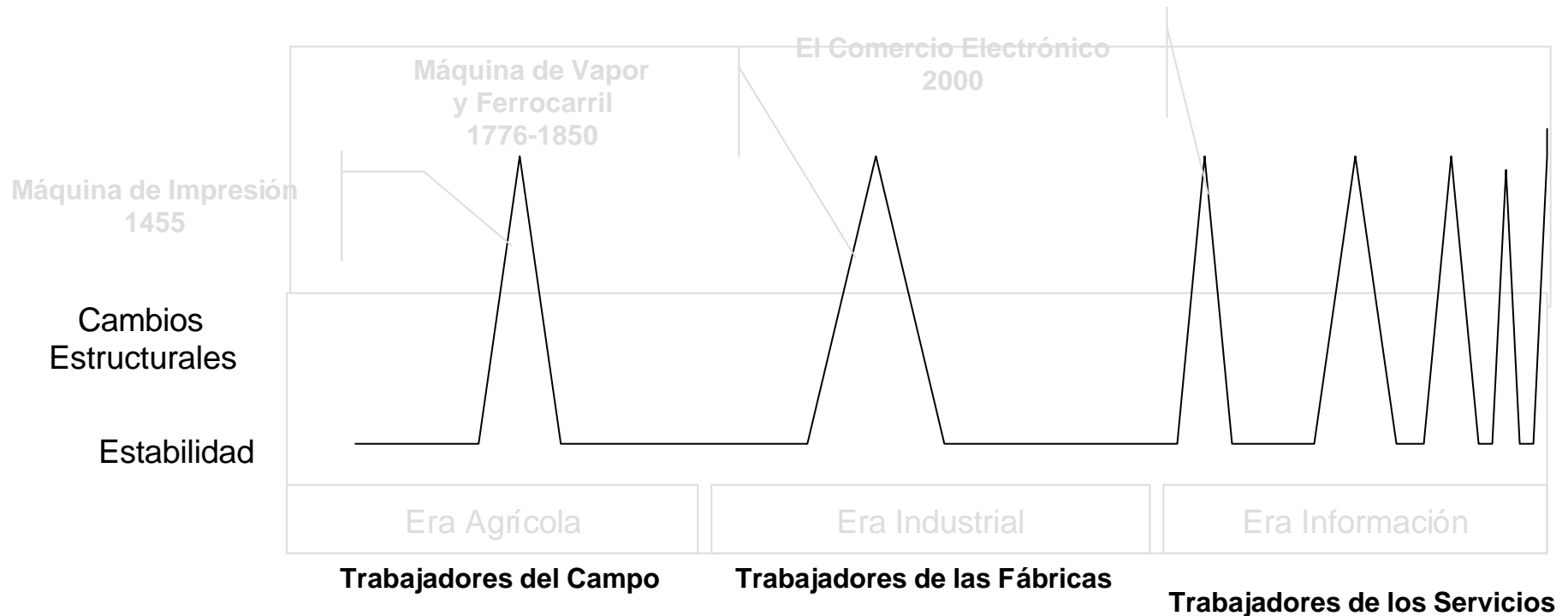
# Agenda

- Situación Actual
- Programa DISFRUTA SALUD PERU
- Características de la Campaña de Promoción 2008



# Situación Actual

# Cambios de la Economía Mundial hacia la adaptabilidad y crecimiento



***El Entorno crea oportunidades y amenazas en ciclos cada vez más cortos que demanda a las empresas acelerar su proceso de adaptación al cambio.***

***Los grandes cambios favorecen la creación de nuevas actividades, nuevas industrias, nuevos servicios y nuevos mercados. Hoy en día las empresas se enfrentan con clientes globales y competidores globales.***

# Estos cambios han ocurrido gracias a 2 factores



Obtenida de:  
[www.bestel.com](http://www.bestel.com)



- **La globalización**, desde hace más de 2 décadas las economías basaron su desarrollo en políticas de liberalización y desregulación
- **El avance tecnológico**, el desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación aportan **un flujo ininterrumpido de información**, que es esencial para nuestro sistema político, para nuestras instituciones económicas, y en muchos casos para **los estilos de vida cotidiana** de cada uno de nosotros

GLOBALIZACION



COMPETITIVIDAD DEL PAIS



COMPETITIVIDAD DE  
LAS EMPRESAS

**“Crecimiento y Bienestar para todos los ciudadanos”**



Obtenida de:  
[www.nasa.gov](http://www.nasa.gov)



# **La globalización y el avance tecnológico han significado tener nuevos consumidores y estilos de oferta**

- Emerger actores relevantes como grandes despensas de mano de obra calificada y de estructuras de costes diferenciadas
- Nuevas formas de reducir costes a través del Outsourcing (necesidad de las empresas por solamente dedicarse a su core business) y del Teletrabajo
- Mayor estandarización en los diferentes modos de consumo, en la producción y en las organizaciones empresariales
- Transparentar este comercio a través del Acuerdo General del Comercio de Servicios – OMC, Decisión 439 de la CAN y los Tratados de Libre de Comercio que incluyen capítulos de Servicios
- Presencia de peruanos en el exterior generan oportunidades

**EXPANSIÓN DEL SECTOR HACE**

MÁS DE 100 AÑOS	30-55 AÑOS	15-30 AÑOS	5-15 AÑOS
-----------------	------------	------------	-----------

FUNCIÓNES	MÁS DE 100 AÑOS	30-55 AÑOS	15-30 AÑOS	5-15 AÑOS
ADMINISTRACIÓN	Contabilidad	<b>Consultoría de gestión</b>	<i>Reingennering, Outsourcing, knowledge management</i>	
PRODUCCIÓN	Servicios legales	<b>Auditoría</b>		
	Topografía, geodesia	Inspección y control		
PERSONAL	<b>Ingeniería</b>	Urbanismo	Diseño asistido	
	Alquileres	I + D	<b>Selección de personal</b>	<i>Outplacement</i>
	Selección de personal	Formación de personal	Trabajo temporal	Motivación al trabajo
INFORMACIÓN Y MERCADOS	<b>Ferias v exposiciones</b>	<b>Servicios informáticos</b>	Comunicación electrónica	<i>Head-hunting</i>
	Congresos y conferencias	Estudios de mercado	<i>Lobbing</i>	Comunicación por satélite
		Relaciones publicas		Telemática
	Servicios lingüísticos			
MARKETING Y VENTAS	<b>Publicidad</b>		<i>Marketing directo</i>	<i>Tele-marketing</i>
	Distribución comercial	Ayuda a la exportación	Promoción de ventas	Call centers
				<i>Merchandising</i>
FINANZAS	<b>Banca</b>		<i>Leasing</i>	<i>Franchasing</i>
	<b>Seguros</b>			<i>Factoring</i> Tele-banking
OPERATIVIDAD	<b>Seguridad</b>	Envases y embalajes		Cobro a morosos
	Limpieza	Servicios básicos a fábrica	Servicios expresos	Tratamiento de residuos

# La Competitividad de la Empresa Exportadora exige una visión más global





# Vinculado a la Inversión Directa

Categoría	Características
Costes (40%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Costes laborales</li> <li>- Costes de infraestructuras</li> <li>- Impuestos y costes de regulación</li> </ul> <p>Salarios, costes medios de infraestructura, instalaciones y material, telecomunicaciones, viajes, impuestos, tasas, aduanas, cambio de moneda, ...</p>
Entorno (30%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Riesgos socioeconómicos</li> <li>- Infraestructura del país</li> <li>- Compatibilidad cultural</li> <li>- Proximidad geográfica</li> <li>- Seguridad de la propiedad intelectual</li> </ul> <p>Situación económica, política y social, apoyos y coruptibilidad del gobierno, infraestructuras e inversiones relevantes, distancias entre país emisor y receptor, burocracia, telecomunicaciones, transportes, ...</p>
Recursos Humanos (30%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tamaño del mercado laboral</li> <li>- Grado Educación</li> <li>- Experiencia</li> <li>- Barreras idiomáticas</li> <li>- Políticas de RR.HH</li> </ul> <p>Cualificaciones y nivel educacional, nivel de retención de los empleados, dominio de idiomas, desgaste de los trabajadores, fuerza laboral, disponibilidad del personal, experiencia de los trabajadores, carácter, ...</p>

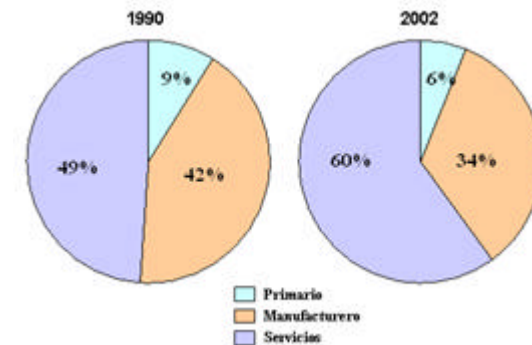
Fuente: consultora A.T.Kearney

Top 5 de Principales destinos de la Inversión Extranjera Directa en proyectos de exportación de servicios, 2003  
(Número de proyectos)

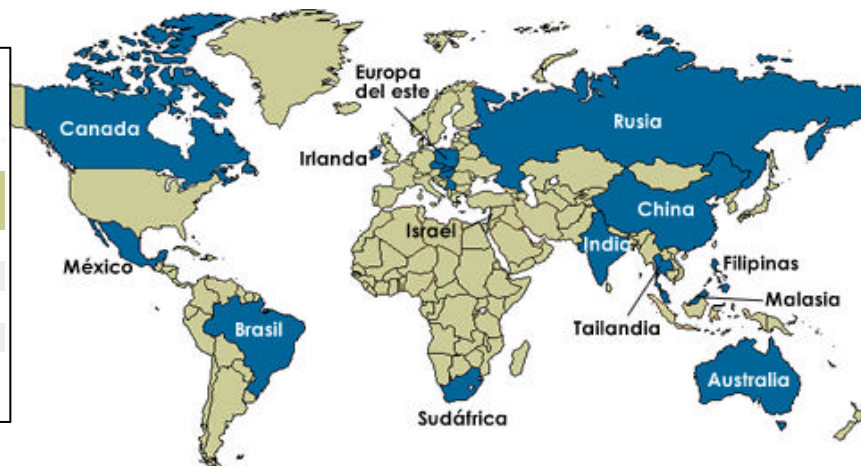
Centros de llamadas	Centros de Servicios compartidos	Servicios de Tecnologías de la Información
India - 60	India - 43	India - 118
Canadá - 56	Irlanda - 19	Reino Unido - 73
Reino Unido - 43	Singapur - 8	China - 60
China - 30	Hungría - 7	Singapur - 35
Irlanda - 29	Reino Unido - 7	Alemania - 34

Monto acumulado mundial de la IED, por sectores, 1990 y 2002

Monto acumulado de las entradas de IED



Los países que captan el 70% del mercado mundial de servicios deslocalizados: Irlanda, Canadá, Israel e India. Los países dominantes en *offshoring* son de lengua inglesa





## **Debemos seguir la tendencia mundial**

- Incremento de la inversión extranjera directa busca oportunidades en nuevos sectores para generar mayor rentabilidad
- Las multinacionales vienen deslocalizando algunas de sus operaciones en países con un entorno favorable para sus negocios
- Los gobiernos vienen adecuando sus marcos normativos para ser atractivos a esta nueva tendencia

# Lima es la séptima capital con mejores condiciones para hacer negocios en América Latina

## Ranking Ciudades 2009

RK09	RK08	Ciudad	Población (Mill. Hbt)	PIB 08 (US\$ Mill)	Var.%PIB 08/07	Libertad para hacer negocios	Entorno macroeconómico		Tamaño y dinamismo económico		Capital Humano	
							Indice 2009	Var.%09/08	Indice 2009	Var.% 09/08	Indice 2009	Var.% 09/08
1	1	Sao Paulo	20.23	287,552	6.45	58.60	59.60	(9.00)	74.50	(15.60)	60.40	11.20
2	3	Santiago	6.92	84,723	3.73	77.70	71.90	(16.90)	43.60	33.20	49.00	(10.10)
3	2	Miami	5.44	254,338	(2.28)	85.50	59.70	(27.10)	44.30	(15.20)	65.00	(11.10)
4	4	C. de México	20.59	229,995	3.03	62.50	58.70	(21.80)	54.30	37.10	48.20	4.60
5	5	Buenos Aires	12.65	154,741	5.54	51.40	50.90	6.90	51.60	21.60	38.10	(21.90)
6	8	Bogotá	7.33	66,754	2.64	64.60	62.90	9.40	36.20	24.80	22.80	11.00
7	9	Lima	8.59	40,182	7.81	62.00	54.00	(14.10)	46.00	94.40	17.60	(43.80)
8	14	Belo Horizonte	2.45	18,224	7.08	58.60	59.60	(9.00)	43.00	64.90	31.60	59.00
9	20	Montevideo	1.48	15,735	9.45	64.30	62.80	6.60	48.30	114.10	13.30	(20.60)
10	6	Monterrey	3.54	55,876	7.55	62.50	58.70	(21.80)	53.30	82.60	9.90	(20.80)

Fuente: América Economía No. 013, pág. 25

# Lima es la séptima capital con mejores condiciones para hacer negocios en América Latina

## Ranking Ciudades 2009

RK09	RK08	Ciudad	Servicios Personales		Servicios Corporativos		Conectividad Física		Poder de Marca		Sustentable	ICUR 2009
			Indice 2009	Var.% 09/08	Indice 2009	Var.% 09/08	Indice 2009	Var.% 09/08	Indice 2009	Var.% 09/08		
1	1	Sao Paulo	40.20	32.90	68.60	5.40	81.70	(13.00)	75.00	5.80	55.10	64.80
2	3	Santiago	53.60	(2.20)	63.30	19.50	32.20	(30.40)	100.00	-	49.90	57.00
3	2	Miami	43.30	8.10	54.30	(15.80)	70.10	(9.70)	58.00	(36.90)	77.80	54.70
4	4	C. de México	41.60	(18.10)	69.90	12.20	48.60	(24.40)	54.00	(4.80)	54.90	54.00
5	5	Buenos Aires	46.90	13.50	73.10	21.90	42.80	(5.40)	84.40	(5.20)	46.60	51.80
6	8	Bogotá	36.90	35.30	54.80	25.90	32.50	(6.10)	74.40	1.50	69.30	44.40
7	9	Lima	42.60	34.10	58.00	42.50	28.10	13.50	60.90	55.70	51.90	43.80
8	14	Belo Horizonte	53.00	23.80	52.50	43.70	11.80	51.10	17.00	(39.40)	23.80	43.80
9	20	Montevideo	50.10	60.40	50.80	54.60	11.40	(15.00)	34.20	(41.00)	46.70	43.70
10	6	Monterrey	42.60	(0.70)	45.30	58.60	14.70	32.20	49.40	(20.90)	67.30	43.40

Fuente: América Economía No. 013, pág. 25

# En América Latina, el Perú es el segundo país con mejor clima económico para las inversiones

El ICE es elaborado con una combinación de dos índices separados que miden la situación económica actual y las expectativas para los próximos seis meses, para lo cual fueron consultados 110 especialistas en 15 países.

Índice de Clima Económico (ICE)

PAÍS	Oct-07	Ene-08
URUGUAY	8.4	7.7
PERÚ	7.3	7.4
COSTA RICA	7	7
BRASIL	6.4	6.5
PARAGUAY	5	6.4
COLOMBIA	6.2	5.5
CHILE	6.6	5.3
ARGENTINA	4.3	5
MÉXICO	5	4.5
VENEZUELA	5.3	4.1
ECUADOR	4.3	3.2

**Fuente: FGV**

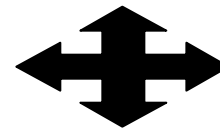
Elaborado: Instituto de Investigaciones Económicas de la Universidad de Múnich (IFO) y la Fundación Getulio Vargas (FGV) de Brasil



# Programa de Promoción de Exportación de Servicios

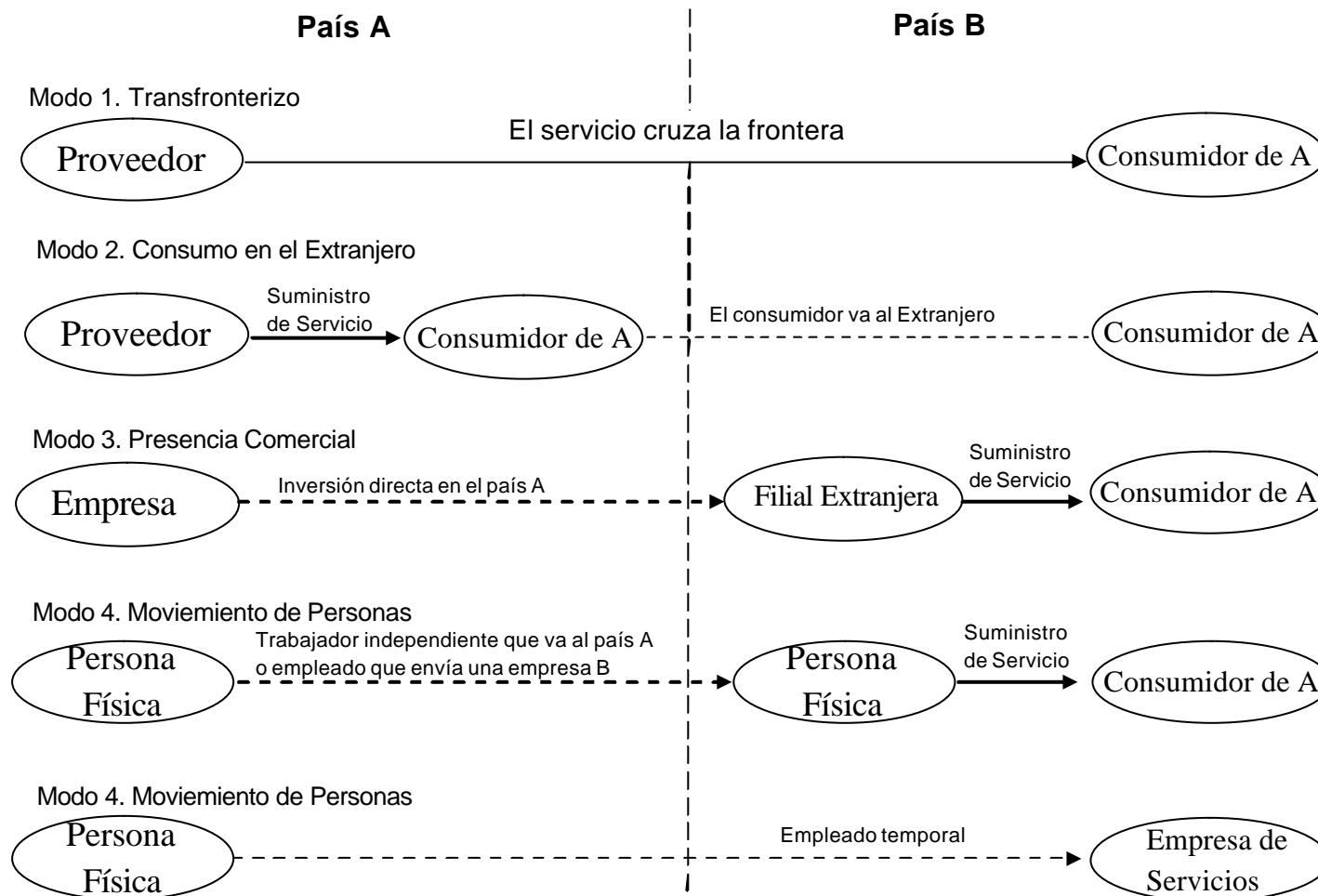


**Según el Acuerdo General del Comercio de Servicios – OMC, es el suministro de un servicio de un residente hacia otro no residente**



**A nivel andino tenemos la Decisión 439 y 510 de la CAN**

# Modos de Exportar Servicios







## Perú: Decreto Legislativo 821 “Ley del IGV”

Artículo 9 dice: son reconocidos como exportación de servicios, cuando:

- Se presten a título oneroso, lo que debe demostrarse con el comprobante de pago que corresponda.
- El exportador sea una persona domiciliada en el país.
- El uso, explotación o el aprovechamiento de los servicios por parte del no domiciliado tengan lugar íntegramente en el extranjero.

**Solo se reconoce el modo de comercio transfronterizo**



# Contamos con 11 tipos de servicios reconocidos dentro del Apéndice V Ley IGV

1. **Servicios de consultoría y asistencia técnica:** arrendamiento de bienes muebles;
2. Servicios de publicidad, investigación de mercados y encuestas de la opinión pública;
3. **Servicios de procesamiento de datos, aplicación de programas de informáticas y similares;**
4. Servicios de colocación y de suministros de personal;
5. Servicios de comisiones por colocaciones de crédito; operaciones de financiamiento; seguros y reaseguros;
6. Servicios de telecomunicaciones;
7. Servicios de mediación y/u organización de servicios turísticos prestados por operadores turísticos domiciliados en el país a favor de agencias u operadores turísticos domiciliados en el exterior;
8. Cesión temporal de derechos de uso o de usufructo de obras nacionales audiovisuales y de todas las demás obras nacionales que se expresen mediante proceso análogo a la cinematografía, tales como: producciones televisivas o cualquier otra producción de imágenes; a favor de personas no domiciliadas para ser transmitidas en el exterior;
9. Prestación de los servicios de hospedaje, incluyendo alimentación, a sujetos no domiciliados
10. **Servicios de Call Center**
11. **Reparación y mantenimiento de Naves y Aeronaves**



# Diagnóstico FODA Sectorial

## ANALISIS INTERNO

### Fortalezas

- Profesionales con reconocimiento internacional
- Infraestructura y equipamiento sin brecha
- Estructura de costes diferenciada
- Sector atractivo para la inversión privada
- Ubicación geográfica estratégica
- POS Servicios ejecutado por PROMPERU

### Oportunidades

- La globalización y desarrollo de las TICs
- Necesidades d establecer Redes Integradas de Empresas
- No existe limitaciones para acceder a la tecnología de punta
- Organismos internacionales y TLC promueven el comercio de servicios
- Importante presencia de peruanos en el extranjero

## ANALISIS EXTERNO

### Debilidades

- No es un política de Estado
- Limitada información estadística
- Pocas empresas de servicios internacionalizadas
- Poca institucionalidad
- Migración del capital humano

### Amenazas

- Países vecinos impulsan los servicios como política de Estado
- Crisis laboral a nivel internacional por efecto de la globalización
- Creciente exigencia de certificaciones de calidad

# Plan Operativo Exportador de Servicios dentro del marco del PENX



Plan Operativo Exportador de Servicios

Plan Estratégico Regional Exportador de Tacna



Planes Estratégicos y Operativos de Servicios de Salud Electiva, Software, Ingeniería y Consultoría, Consultoría de Gestión y Franquicias



# Oferta Exportable Identificada

## En el POS Servicios

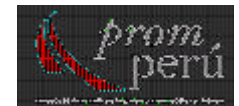
- Software y Telemática**
- Consultoría e Ingeniería**
- Salud**
- Servicios Ambientales**
- Franquicias**
- Mantenimiento y Reparación de Naves y Aeronaves**
- Servicios Culturales y Entretenimiento**
- Educación**
- Transporte de Carga y Pasajeros**
- Organización de eventos Internacionales**

## Programa de Promoción de Exportación de Servicios

- Software**
- Salud Electiva**
- Franquicias**
- Call Center**
- Consultoría e Ingeniería**
- Mantenimiento y Reparación de Naves y Aeronaves**

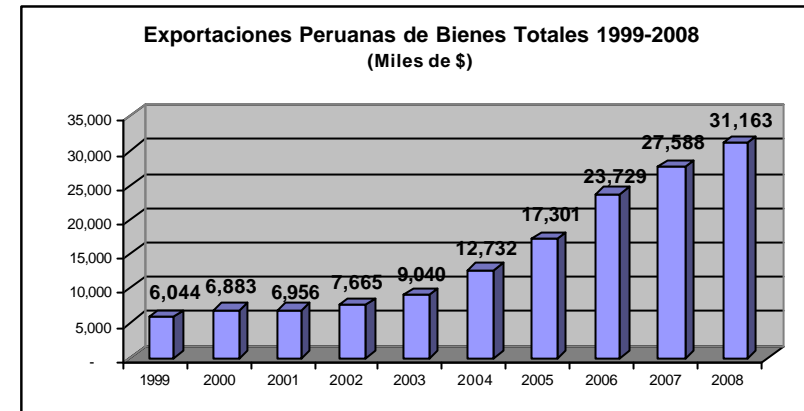
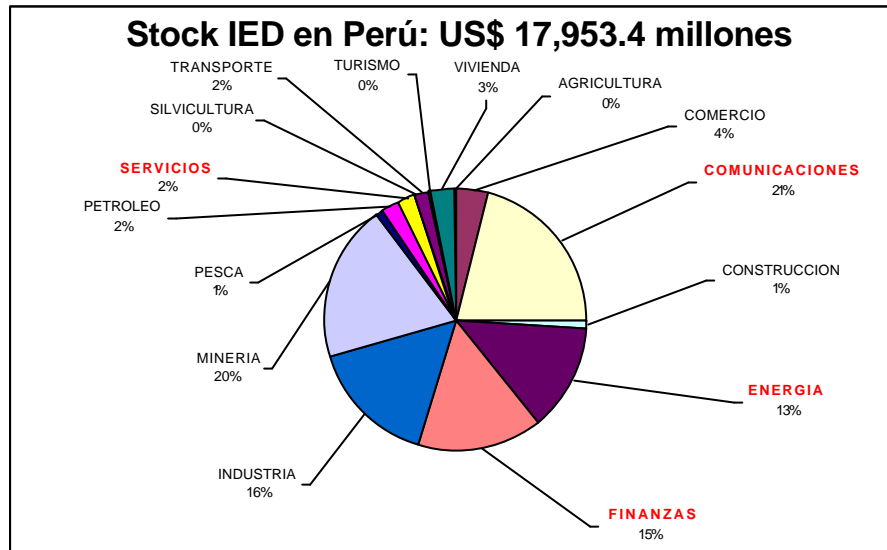
## Con otras organizaciones

- Servicios Ambientales – FONAM**

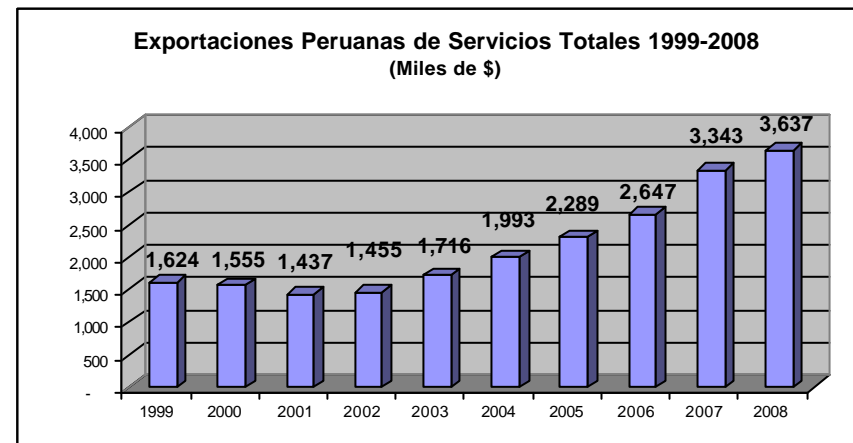




# Inversión y Exportaciones



La economía peruana continúa en expansión. El crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI) registrado durante el 2008, que alcanzó 9.8%, uno de los más altos crecimientos en la economía mundial; gracias entre otros, al aumento de inversiones, del consumo y de las exportaciones.



Fuente: BCRP

Elaboración: Departamento de Exportación de Servicios de PROMPERU

Al cierre del 2008 las exportaciones de servicios lograron alcanzar los \$3,637 millones (15% respecto al año anterior) debido principalmente a la desaceleración del crecimiento en el rubro de viajes que aporta con más del 50%. Sin embargo, observamos que las exportaciones de Otros Servicios viene presentando un índice de crecimiento sostenido en lo últimos 4 años, debido al dinamismos de la oferta de servicios de consultoría, software, franquicias, call center entre otros.

Tomando en consideración la situación financiera internacional, estimamos de manera conservadora que el crecimiento de las exportaciones de servicios para el 2009 será del 12%, menor en 3 puntos respecto al registrado en el año anterior (2008). Los sectores que incidirán en este resultado será: transporte, el cual se afectaría por la desaceleración de las exportaciones de bienes principalmente; turismo continuará creciendo con una tasa mayor, como consecuencia de que el Perú seguirá siendo un destino importante para el turista. Tanto Comunicaciones y Seguros y Reaseguros presentarán un crecimiento producto de una mayor demanda internacional. Otros Servicios, se verá favorecido por el dinamismo en las franquicias que se prevé la colocación de más enseñas en países principalmente de Latinoamérica logrando un crecimiento del 18% respecto al año 2008, también tenemos las exportaciones de software que crecerán en un 20%. Del mismo modo, presentarán crecimientos interesantes los servicios de call center, salud electivos, consultoría, entre otros.

### PERU: EXPORTACION DE SERVICIOS

(Millones de US\$)

Rubros	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009 /P	2009 /ITRIM
Transportes	619	720	440	545	646	819	843	185
Viajes	940	1,142	1,308	1,570	1,723	1991	2290	491
Comunicaciones	79	60	69	82	88	125	137	33
Seguros y Reaseguros	88	82	118	103	297	227	274	53
Otros	278	350	354	361	405	474	528	128
<b>Total</b>	<b>1,695</b>	<b>1,993</b>	<b>2,289</b>	<b>2,660</b>	<b>3,159</b>	<b>3637</b>	<b>4072</b>	<b>1048</b>

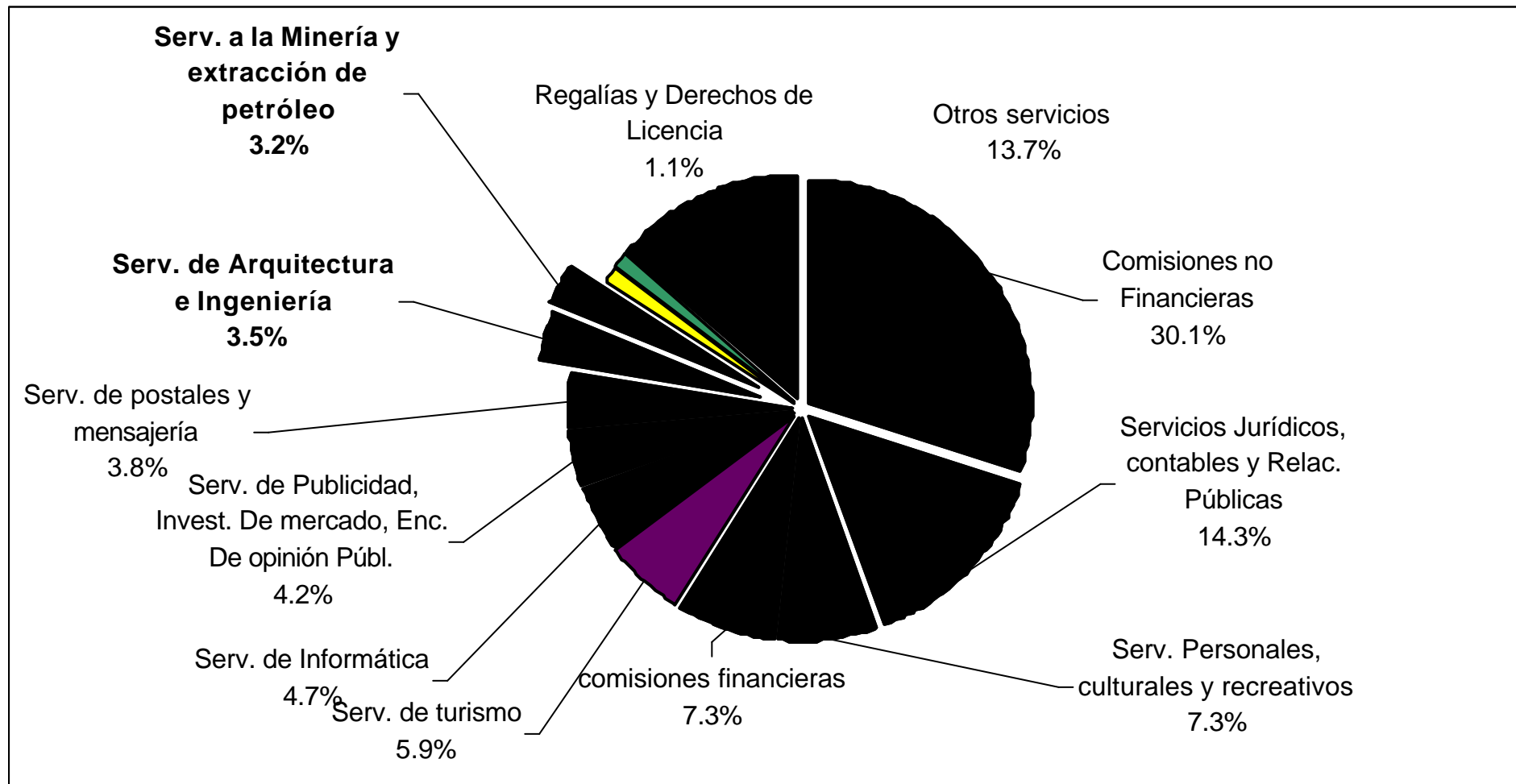
Fuente: Banco Central de Reserva del Perú

Elaboración: Sector Exportación de Servicios - PROMPERU





# Composición de los Otros Servicios



# MERCADOS DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE SERVICIOS





# Programa Disfruta Salud PERU



El placer de verse y sentirse bien.



**Otros países como Colombia, Argentina, Chile, Brasil, Cuba, Costa Rica, entre otros están avanzando en impulsar los servicios de salud en el mercado internacional, por su capacidad de generar divisas y empleo calificado y por lo tanto desarrollo de sus economías**





# Antecedentes

## 2005

- Comisión de Trabajo Sub Sector de Servicios de Salud Electivos, a) Elaboración del diagnóstico del potencial exportador; b) Diseño del Plan estratégico y Operativo y c) Elaboración del Catálogo de oferta exportable, marca sectorial y web del sector.
- Constitución del grupo Piloto exportador de servicios de salud electiva.
- Se inscribe en INDECOPI dentro de la clase 35, exportación de servicios de salud, la marca DISFRUTA SALUD PERU.

## 2006

- Lanzamiento de la Pagina Web [www.peruhealth.org](http://www.peruhealth.org)
- Certificación ISO 9001 2000
- Lanzamiento del Primer Catálogo de la Oferta Exportable
- Lanzamiento del Programa en la ciudad de Miami

## 2007

- Definición de los Estándares de acreditación: Procedimiento de Homologación Disfruta Salud Perú
- Capacitación en Marketing de Exportación de Servicios
- Presentación del Programa en Tacna

## 2008

- Implementación del sistema de gestión de Calidad: ISO 9001 2000 en clínicas
- Homologación de Clínicas
- Capacitación en Marketing de Exportación de Servicios
- Campaña de Promoción en USA agosto 2008
  - Lanzamiento del nuevo portal de Disfruta Salud Perú
  - Elaboración del Catálogo de Oferta Exportable
  - Promoción en USA
- Visitas a Tacna para el proyecto Complejo de Salud de Exportación
- Visita a Cuzco para evaluar la plaza Salud Electiva

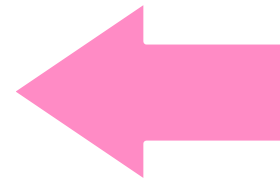


# DISFRUTA SALUD PERU

➤ **Marca país que requiere ser posicionada a nivel internacional**

■ **Contamos con 12 clínicas especializadas**

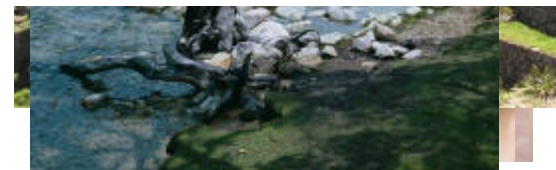
■ **Tratamientos de salud combinados con turismo**



*PERU COMO UNA DE LAS PLAZAS MAS ATRACTIVAS Y COMPETITIVAS DE LA REGION BRINDANDO SERVICIOS DE SALUD ELECTIVOS*



El placer de verse y sentirse bien.





# DISFRUTA SALUD PERÚ

- Surge como una iniciativa de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERU a través del Programa de Promoción de Exportación de Servicios (Hoy Sector Exportación de Servicios) y cuenta con el respaldo de los colegios profesionales y las sociedades científicas del ramo.
  
- MINCETUR
- Colegio Médico del Perú
- Colegio Odontológico del Perú
- Sociedad de Cirugía Plástica y Reconstructiva del Perú
- Sociedad Peruana de Fertilidad



## OBJETIVO GENERAL

Promover la oferta exportable de salud electiva en pacientes no residentes de Estados Unidos, Latinoamérica y Europa, mediante la ejecución de actividades destinadas a desarrollar los mercados, la gestión empresarial y la organización de la oferta exportable vinculado con los servicios turísticos

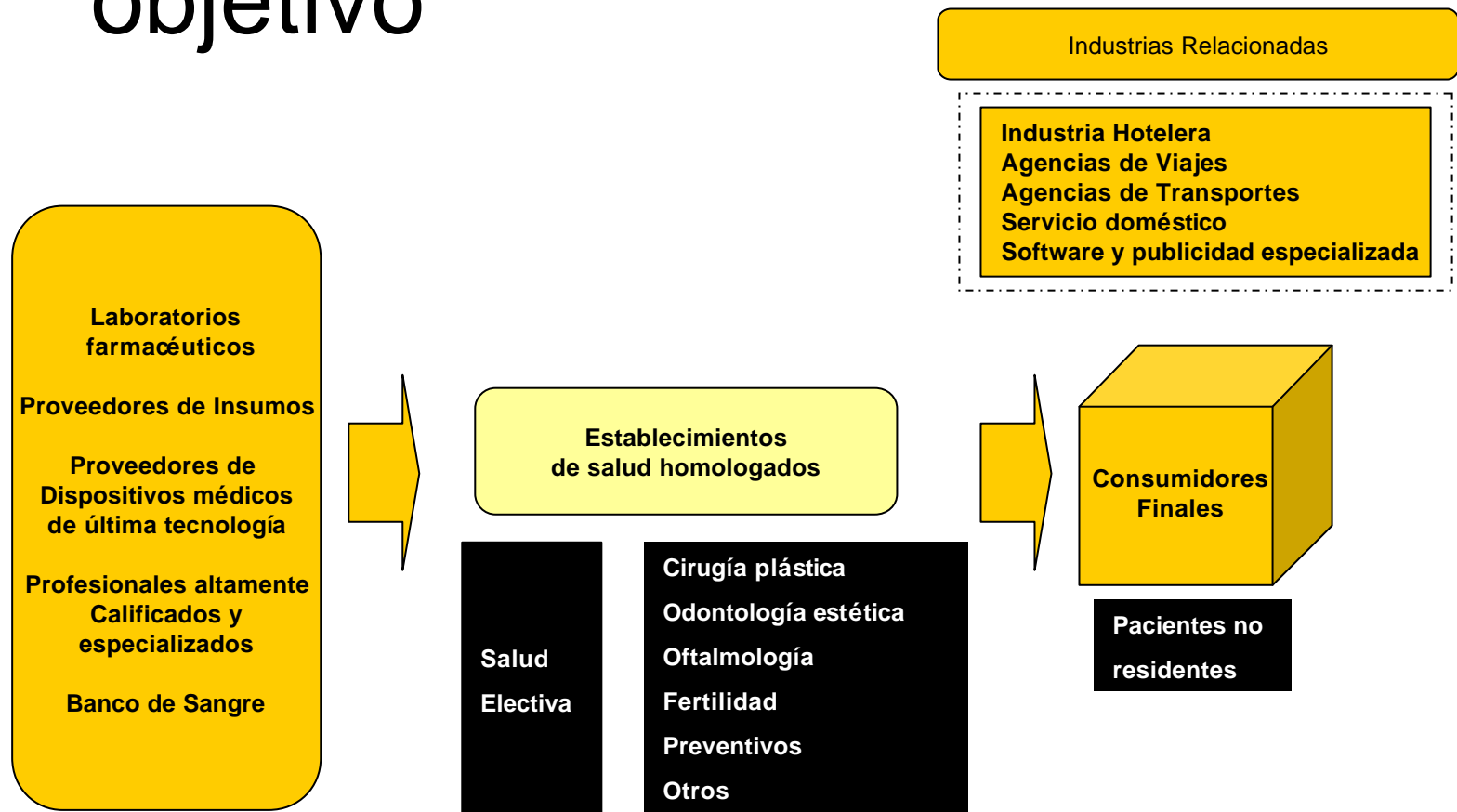


# FACTORES DE EXITO

- ✓ La capacidad de profesionales, infraestructura y soporte científico permiten una atención personalizada, calificada y sofisticada.
- ✓ Los gastos de tratamientos significan 40% de los costos en otros países, permiten adquirir servicios complementarios.
- ✓ La estratégica ubicación geográfica con destinos turísticos reconocidos a nivel internacional, permite retornos periódicos.
- ✓ La permanencia de turista en el Perú permite programar tratamientos de salud y estética.
- ✓ El decidido apoyo de PROMPEX y MINCETUR, así como organismos privados permite promocionar el programa Disfruta Salud Perú.



# Cómo lograr el objetivo





# Homologación

- Contar con una herramienta técnica de postulación de las clínicas al Programa de Disfruta Salud Perú
- Sirve como argumento diferenciador para reconocer a las clínicas exportadoras y que además tengan el derecho de uso de marca país



# Homologación

Cirugía Plástica

Odontología

Oftalmología

Fertilidad

Preventivos

Laboratorios

- Debe ser una clínica especializada
- Los servicios de las clínicas deberán tener correspondencia con la oferta exportable de salud electiva
- El Director de la clínica debe contar con una solvencia moral y ética
- Debe demostrar el total compromiso de trabajar conjuntamente con las demás
- Clínicas homologadas y participar en la promoción en el exterior

## • Aspectos de la evaluación:

- Infraestructura
- Especialistas
- Requisitos administrativos
- Gestión de la calidad en Salud

## • Criterios :

- Nivel C: 85% - 90% Plan de Mejora implementado en 6 meses
- Nivel B: 90% - 95% Plan de Mejora implementado en 6 meses
- Nivel A: 95% - 100%



# Líneas e Integrantes

## Cirugía Plástica

- Clínica Bisbal Plastic
- Clinica Michaud
- Clinica Montesur
- Clinica Morillas
- Instituto Kirschbaum

## Fertilidad

- Pranor

Se integrarán 5 miembros de la especialidad de oncología y laboratorios

## Odontología

- Cerdent
- Clínica Dental Pasco

## Oftalmología

- Inst. Oftalmológico Confía
- Oftálmica
- TG Láser

## Análisis Clínicos

- MedLab

Este Programa ofrece al paciente no residente, servicios de salud electivos con estándares internacionales de calidad que le aseguran un excelente servicio y calidez en el trato.

Las especialidades priorizadas son:

- Cirugía plástica
- Odontología
- Oftalmología
- Fertilidad

El tipo de empresas que participan son pequeñas y medianas.

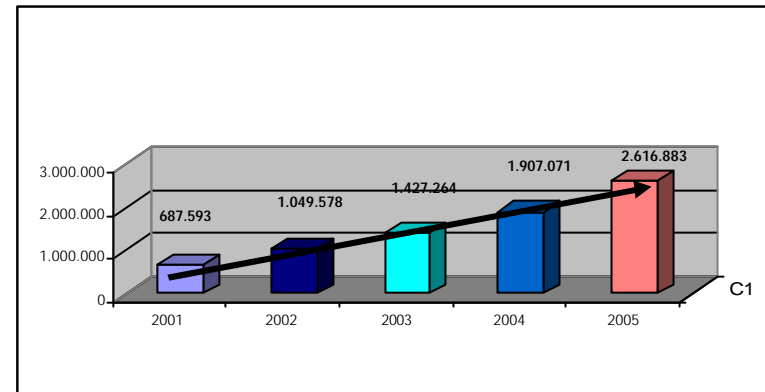
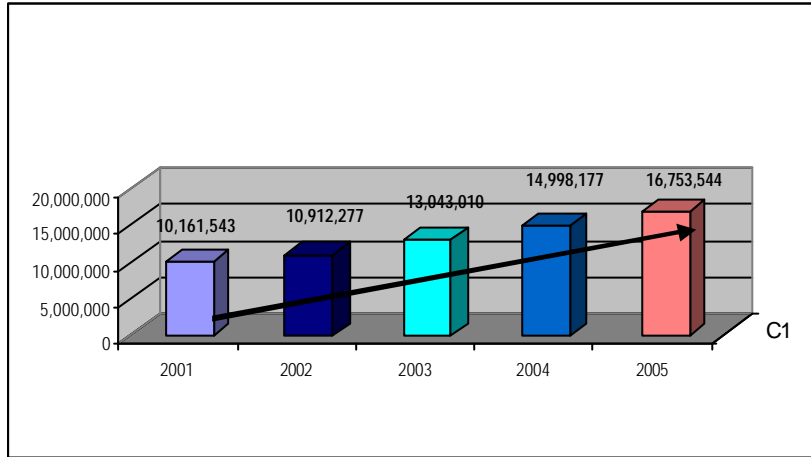
# Actualmente llegan al Perú pacientes de USA, Europa y Japón



Cirugía Plástica →  
Odontología →

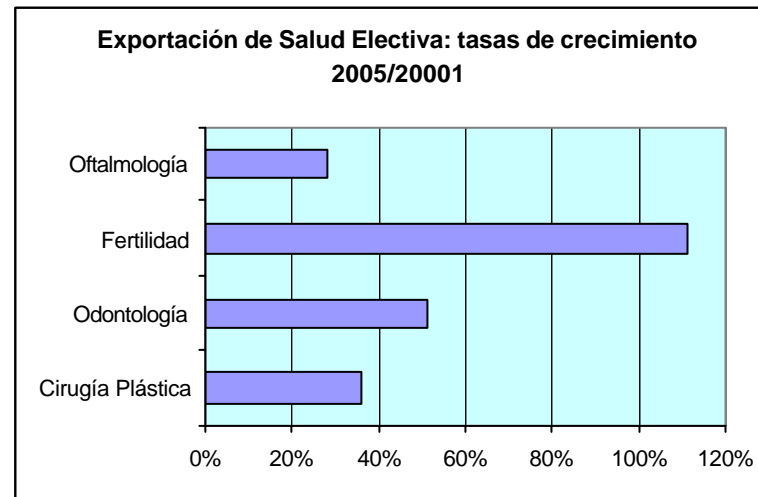
Oftalmología →  
Fertilidad →

**Las exportaciones del Grupo Piloto Exportador de Salud Electiva, alcanzan el 16% de su facturación total. Sin embargo, en los últimos 5 años presenta un crecimiento promedio del 41% anual. En el año 2006 las exportaciones alcanzaron los \$3 millones**



**Estadounidenses ( lifting o intervenciones al corazón) en clínicas de la India, la empresa “Europe Assistance” publicó que en el año 2003 aproximadamente 100,000 extranjeros se realizaron estas operaciones y estima que para el 2,012 estos procedimientos generarán \$1,000 millones en divisas.**

**La Escuela de Negocios ESADE ha pronosticado que para el año 2010 las preferencias turísticas europeas priorizarán los segmentos de salud y cuidado del cuerpo, así como las visitas culturales, los grandes eventos y la gastronomía**





# Lanzamiento USA: Participaron cerca de 200 personas vinculadas a la belleza y espectáculo de la ciudad de Miami-USA



Senador Javier Souto entregando Proclama al Dr. Mario Drassinower



Lita Haegger Presidente de Cámaras Binacionales y el Dr. Kirschbaum



Marcela Vaninni de Delgado, Dr. Izquierdo y Sra. Dr. Morillas y Eva Lao



El Presidente de la Cámara de Comercio Peruano Americana Arqu. Orlando Loli



Angel Valdes y Gloria Hincapie de Gloria Hincapie Enterprises junto a David Edery



Karina Argudelo, Patricia Justine de America TV Peru, Dr. César Morillas, Javier Justo y Zoia Gonzáles de America TeVe USA



Israel Campos, la actriz Mirtha Rene y Angel Medina de la Revista Carteles



Carol Mitchel, presidente de Celulite Control Center y Verónica Dávila.



Karina Argudelo entrevistando a la popular actriz mexicana Mirtha Rene.



Dr. Puertas, Dr. Teves y Dr. Drassinower



Dra. Contreras, Dr. Morillas y Dr. Noriega



Dr. Izquierdo, Dr. Ascenzo y Dr. Hidalgo



# Reconocimiento del Programa Disfruta Salud Perú en Estados Unidos

- Contar con aliados estratégicos para la conformación de una Red de Contactos Comerciales para el Programa
- Contar con la aceptación de diferentes medios de comunicación para promocionar el Programa
- Que la comunidad hispana de Miami conozca sobre las bondades del Programa
- Haber obtenido una proclama del alcalde de Miami-Dade, Carlos Alvarez; del Presidente de la Junta José Martínez y del Senador Javier Souto Comisionado por Miami Dade





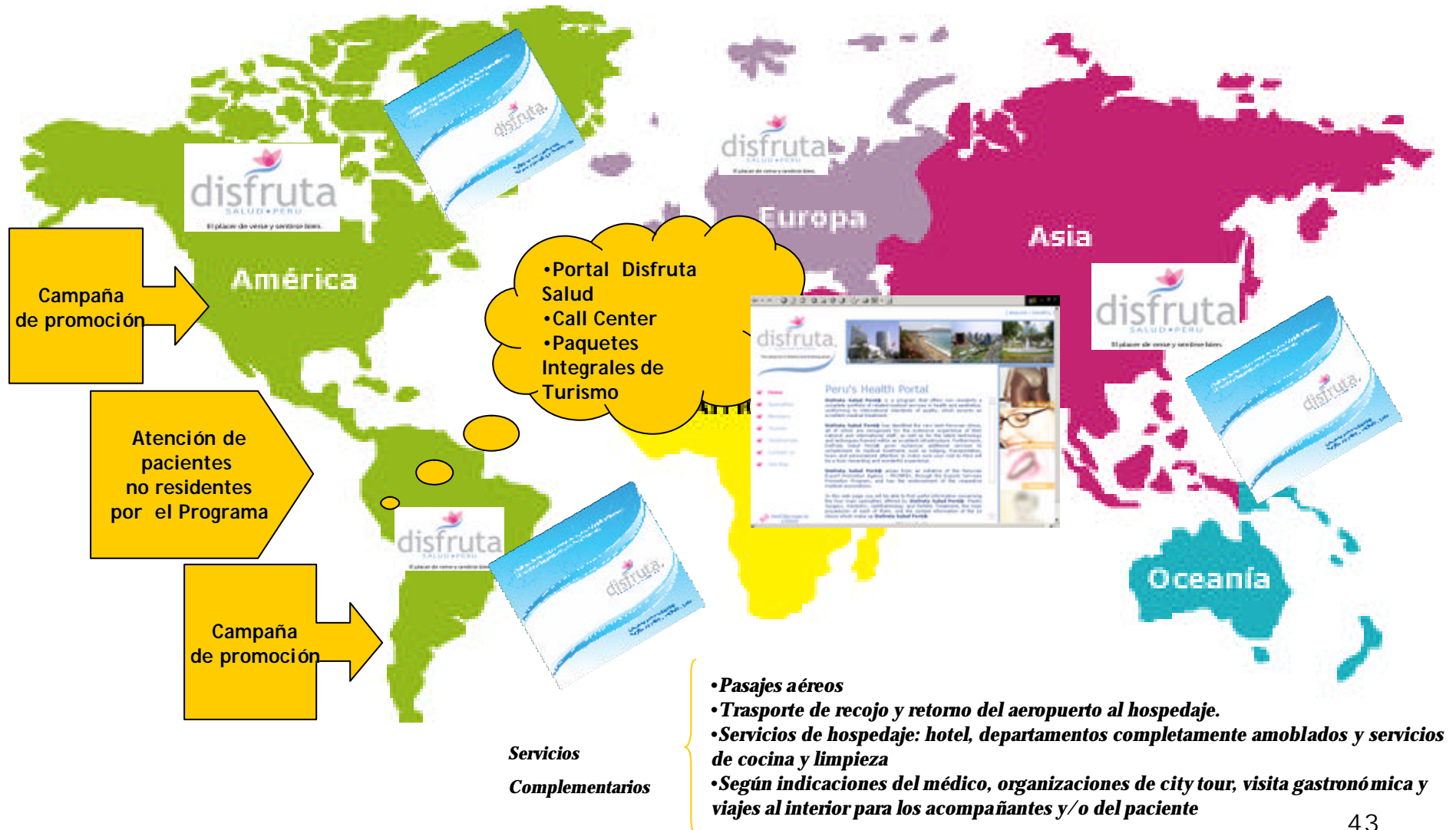
# Disfruta Salud Perú en las Regiones

POS Servicios, Política I  
Potencial identificado





# Disfruta Salud Perú en el mundo





# **Características de la Campaña de Promoción 2008**



# Relanzamiento Portal 2008

The image displays two side-by-side screenshots of the 'disfruta. SALUD PERU' website, showing a relaunch in 2008. Both screenshots are taken from a Windows Internet Explorer browser window.

**Left Screenshot: 'la mejor infraestructura'**

- Header:** 'disfruta. SALUD PERU' logo and the slogan 'la mejor infraestructura'.
- Navigation:** 'Conoce Disfruta Salud', 'Especialidades', 'Miembros', 'Turismo'.
- Main Content:**
  - Left Column:** 'La cirugía más eficaz del mundo'. Text: 'Conecta con su audiencia en América latina y Estados Unidos a través de sus presentadores. Son comunicadores por excelencia, periodistas de amplia experiencia y observadores agudos de los eventos.'
  - Right Column:** A large image of a woman's midsection, with 'Fertilidad' and 'Oftalmología' buttons below it.
  - Testimonials:** 'testimoniales' section featuring Viviane Smith, Virginia, USA. Text: 'Conecta con su audiencia en América latina y Estados Unidos a través de sus presentadores. Son comunicadores por excelencia, periodistas de amplia experiencia.'
- Footer:** Logos for PROMPEX, Minicetur, and other partners. Copyright: '© 2008 Todos los Derechos Reservados.'

**Right Screenshot: 'los mejores especialistas'**

- Header:** 'disfruta. SALUD PERU' logo and the slogan 'los mejores especialistas'.
- Navigation:** 'Conoce Disfruta Salud', 'Especialidades', 'Miembros', 'Turismo', 'Testimonios', 'Contactos'.
- Main Content:**
  - Left Column:** 'La cirugía más eficaz del mundo'. Text: 'Conecta con su audiencia en América latina y Estados Unidos a través de sus presentadores. Son comunicadores por excelencia, periodistas de amplia experiencia y observadores agudos de los eventos.'
  - Right Column:** A large image of two smiling children, with 'Odontología' and 'Cirugía Plástica' buttons below it.
  - Testimonials:** 'testimoniales' section featuring Viviane Smith, Virginia, USA. Text: 'Conecta con su audiencia en América latina y Estados Unidos a través de sus presentadores. Son comunicadores por excelencia, periodistas de amplia experiencia.'
- Footer:** Logos for PROMPEX, Minicetur, and other partners. Copyright: '© 2008 Todos los Derechos Reservados.'



# Relanzamiento Portal 2008

**disfruta. SALUD PERU** el placer de verse y s...

Conoce Disfruta Salud | Especialidades | Miembros

**La cirugía más eficaz del mundo**  
Conecta con su audiencia en América latina y Estados Unidos a través de sus presentadores. Son comunicadores por excelencia, periodistas de amplia experiencia y observadores agudos de los eventos.

**testimoniales**  
Viviane Smith  
Virginia, USA  
Conecta con su audiencia en América latina y Estados Unidos a través de sus presentadores. Son comunicadores por excelencia, periodistas de amplia experiencia.

Fertilidad

**disfruta. SALUD PERU** el mejor lugar para visitar

Conoce Disfruta Salud | Especialidades | Miembros | Turismo de Salud | Testimoniales | Contáctanos

**Fertilidad**  
La fertilidad es la capacidad de un animal, planta o terreno de producir o sustentar una prole numerosa. En los animales, incluido el hombre, es el resultado de la interacción de numerosos factores, tanto biológicos —la edad, el estado de salud, el funcionamiento del sistema endocrino— como culturales —las prescripciones respecto al sexo y el matrimonio, la división sexual del trabajo.

Fertilidad | Oftalmología | Odontología | Cirugía Plástica

**PROMPEX PERU** | **Minicetur** | **ASOCIACIÓN PERUANA DE TURISMO DE SALUD** | **SGS** | **Nuestro afiliado cuenta con el certificado ISO 9001:2008**

Conoce Disfruta Salud | Especialidades | Miembros | Turismo de Salud | Testimoniales | Contáctanos  
© 2008 Todos los Derechos Reservados.

(Queda 17 elementos) Descargando imagen http://turismo.peru.com/images/bg\_2.png...

(Queda 17 elementos) Descargando imagen http://turismo.peru.com/images/bg\_2.png...

Zona desconocida

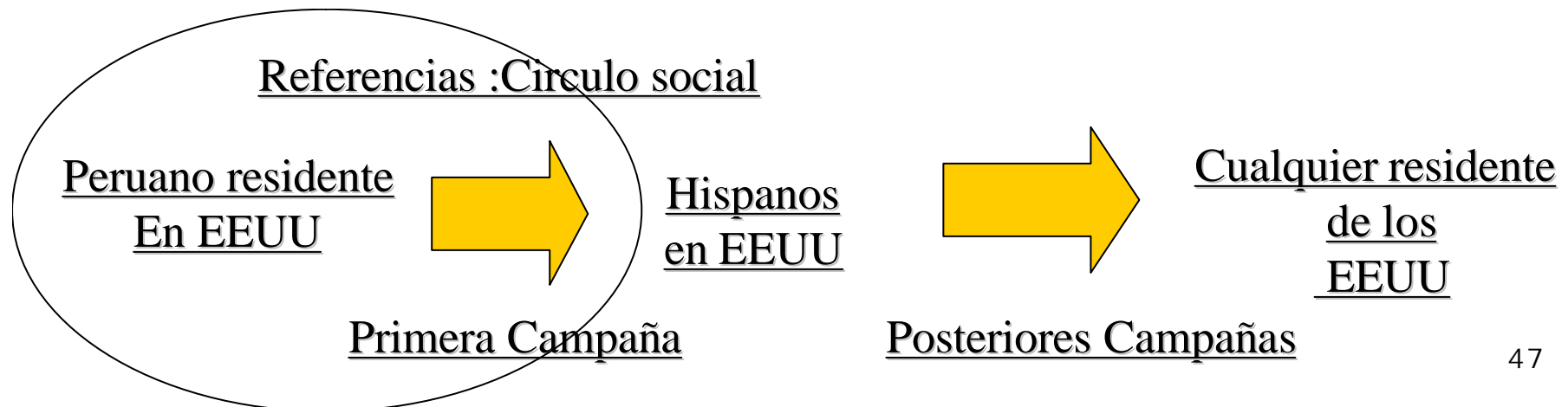
100%

## Objetivo de la Campaña Disfruta Salud Perú en EEUU-2008

- Objetivo: Dar a conocer los beneficios del programa Disfruta Salud Perú a peruanos (segunda generación) residentes en los EEUU.

¿Cómo lograrlo?

Transmitiendo mensajes de confianza y calidad sobre los servicios de salud en el Perú, a través de diferentes medios de comunicación y preferentemente en la televisión y la internet.





## Mercados Meta

- ✓ Se define como grupo objetivo primario a los peruanos, hombres y mujeres residentes en los Estados Unidos, de los niveles socio-económicos B y C entre los 20 y 50 años de edad.

### Características Psicográficas

- Personas que prestan especial atención a su aspecto físico.
- Mujeres y hombres que desean mejorar su calidad de vida y bienestar
- Personas que ponderan el factor económico y factor calidad al momento de tomar una decisión
- Son sensibles a la opinión de su entorno social, laboral y familiar





## Tamaño del mercado Potencial

Datos Basicos	Miami	New York	Los Angeles	Total
<b>Población</b>				
<b>Población de Peruanos/1</b>	<b>350,000</b>	<b>175,600</b>	<b>182,000</b>	<b>707,600</b>
<b>Población de Peruanos legales/1</b>	<b>40,000</b>	<b>35,100</b>	<b>112,000</b>	<b>187,100</b>
<b>Población entre 20 y 50 años/2</b>	<b>24,000</b>	<b>21,060</b>	<b>67,200</b>	<b>112,260</b>
<b>Porcentaje con empleo adecuado/3</b>	<b>50.00%</b>	<b>35%</b>	<b>50.00%</b>	
<b>Población con empleo adecuado</b>	<b>12,000</b>	<b>7,371</b>	<b>33,600</b>	<b>52,971</b>

1/Fuente: Western Union

2/ Estimado en un 60% de la población

3/ Estimado de acuerdo a sondeos realizados

“Aproximadamente un millón y medio de peruanos (regulares y no regulares) viven en EEUU, Solamente las ciudades de Miami, New York y los Angeles agrupan cerca del 50% de estos Peruanos”.



## Características de los peruanos residentes en el exterior

- De acuerdo con sondeos realizados a peruanos en el exterior, el Perú es el principal destino de viaje para los residentes en Los Estados Unidos, estimándose que entre en 50% y 60% de ellos tiene al Perú como su principal destino en sus próximas vacaciones, aunque se nota que cuanto más lejos se encuentran del Perú, menor es la incidencia de viajes.
- Igualmente se estima que al menos el 40 o 50% de los peruanos residentes en los Estados Unidos de manera legal tienen un empleo con una remuneración adecuada que les permite llevar un buen nivel de vida y ser un cliente potencial de los servicios de salud electiva.
- La mayoría se mantiene vinculado con sus familiares y amigos en el Perú, y se informa regularmente del acontecer nacional, usando los diferentes medios.

# PROMPERU/ Perfil del turista Extranjero 2006

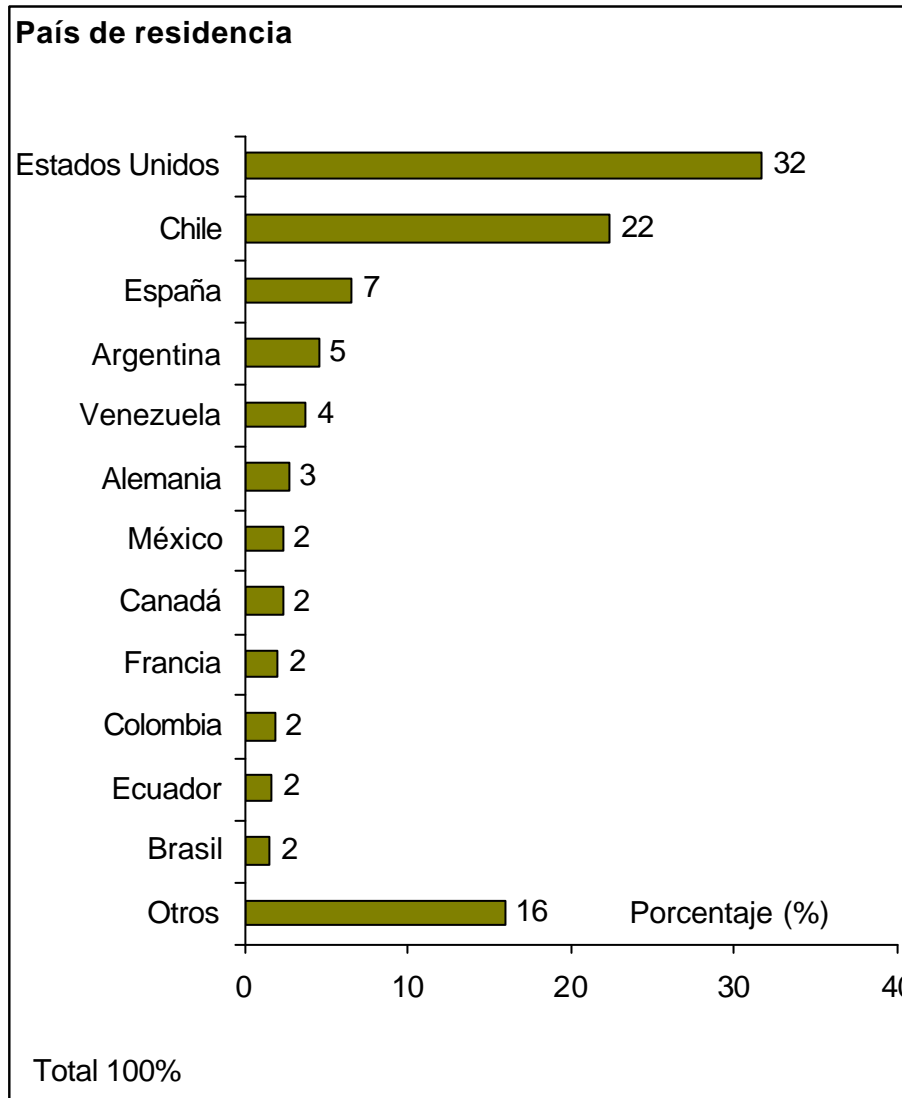
## - Visita a Familiares y Amigos-

Sexo	%
Masculino	65
Femenino	35

Total 100%

Edad	%
De 15 a 24 años	9
De 25 a 34 años	31
De 35 a 44 años	25
De 45 a 54 años	20
De 55 a 64 años	10
De 65 años a más	6

Total 100%



## Características sociodemográfica y Psicográfica

Grado de Instrucción	%
Primaria	1
Secundaria	19
Técnica	21
Universitaria	37
Post Grado	8
Maestría	10
Doctorado	4

Total 100%

Ocupación	%
Alto Funcionario / Director de Empresa	5
Profesional Ejecutivo	25
Profesional Técnico	27
Empleado en servicios, comercio, vendedor	21
Estudiante	8
Jubilado/ retirado	5
Otros	9

Total 100%

Ingreso familiar anual	%
Menos de US\$ 20,000	33
De US\$ 20,000 a US\$ 39,999	19
De US\$ 40,000 a US\$ 59,999	16
De US\$ 60,000 a US\$ 79,999	10
De US\$ 80,000 a US\$ 99,999	7
De US\$ 100,000 a US\$ 119,999	5
De US\$ 120,000 a US\$ 139,999	3
De US\$ 140,000 a US\$ 159,999	2
De US\$ 160,000 a US\$ 179,999	1
De US\$ 180,000 a US\$ 199,999	0
US\$ 200,000 o más	2

Total 100%

Base: Turistas que mencionaron sus ingresos



## Aspectos del viaje

<b>En cuanto tiempo planificó su viaje al Perú</b>	<b>%</b>
Menos de 1 mes	41
De 1 a 4 meses	43
De 5 a 8 meses	9
De 9 a 12 meses	1
De 1 a 3 años	5
Más de 3 años	1
No planificó su viaje	-

Total 100%

<b>Permanencia en el Perú</b>	<b>%</b>
De 1 a 3 noches	24
De 4 a 7 noches	27
De 8 a 14 noches	20
De 15 a 21 noches	11
De 22 a 28 noches	4
De 29 noches a más	14
<b>Promedio (noches)</b>	<b>18</b>

Total 100%



## Características del Viaje

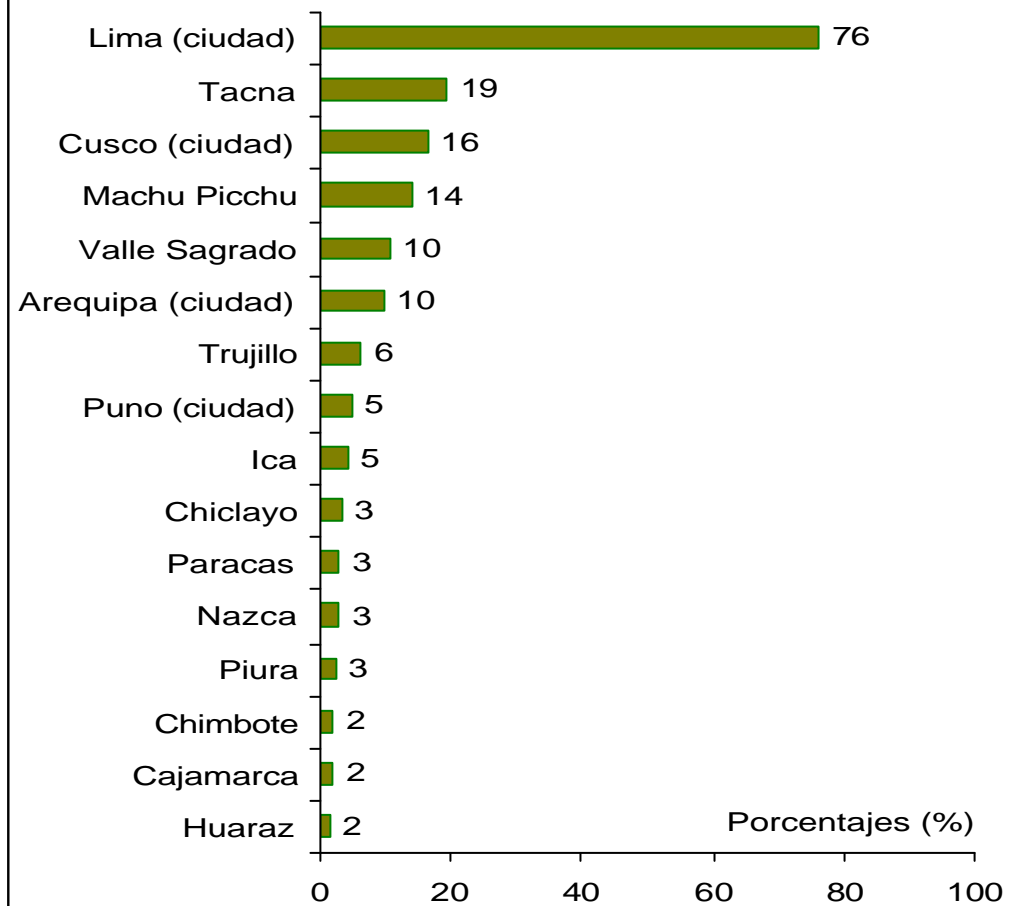
Modalidad de viaje	%
Usó agencias de viaje	8
Vino por su cuenta	92

Total 100%

Frecuencia de visita	%
Primera vez	23
Más de una vez	77

Total 100%

### Principales lugares visitados



Total múltiple



## Horas de Vuelo

### Colombia

Miami- Bogota

3 Horas y 30 minutos

Miami- Medellín

5 Horas (Conexión en Bogota)

### Argentina

Miami- Buenos Aires

13 Horas y 45 Minutos

(Conexión en Santiago de Chile)

### Brasil

Miami- Sao Paulo

11 Horas y 30 Minutos

(Conexión en Lima)

Miami- Río de Janeiro

14 horas

(Conexión en Santiago)

### Perú

Miami- Lima

✓ 5 Horas

Los Ángeles- Lima

✓ 6 Horas

New York- Lima

✓ 6 horas



COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

# PROGRAMA DISFRUTA SALUD PERU

**David Ederly Muñoz**  
**Coordinador General**  
**Departamento de Exportación de Servicios**  
**dedery@promperu.gob.pe**