

**Turismo Médico: Estrategia de desarrollo para el sector de Cirujanos Dentistas en Baja
California**

NANCY IMELDA MONTERO DELGADO¹

DANIEL MUÑOZ ZAPATA²

DIANORA BERMÚDEZ SOTELO³

RESUMEN

Se pretende resaltar la importancia del turismo de salud en el desarrollo del estado de Baja California y la razón por la que se considera una de las vocaciones de mayor importancia. Se mencionan ventajas del estado en relación al resto de la república y lo obtenido a la fecha.

Producto de una investigación sobre el servicio de cirujanos dentistas de la entidad y la recopilación de información oficial, se presentan datos que permiten establecer perfiles de los actores en este sector: pacientes, médicos, asociaciones, autoridades y cluster.

Se hace una presentación de resultados, la mayoría de ellos positivos y otros con la invitación a ser más creativos y tomar las medidas pertinentes para darle sustentabilidad y desarrollo a lo ya logrado. Continuar con las estrategias de mejora continua es punto clave para otorgar servicios de calidad a pacientes nacionales y extranjeros.

Palabras clave: Turismo médico, cirujano dentista, competitividad.

ABSTRACT

This document aims to highlight the importance of " health tourism " in the development of Baja California and the reason why is considered one of the most important vocations . State benefits are mentioned in relation to the rest of the republic and obtained to date.

Product of a research by the "dentists service" in the entity and the collection of official information data, lets establish profiles of the actors in this sector: patients, doctors, associations, Colleges , authorities and formalized cluster

A presentation of results is done, most of them positive and others with the invitation to be more creative and take appropriate measures to give sustainability and the development already achieved . Be competitive and continue with strategies of "continuous improvement" are key points to provide quality services to domestic and foreign patients.

Keywords: Medical tourism , Dentist , competitiveness.

¹ Universidad Autónoma de Baja California. Facultad de Contaduría y Administración.

² Universidad Autónoma de Baja California. Facultad de Contaduría y Administración.

³ Universidad Autónoma de Baja California. Facultad de Contaduría y Administración.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere al tema del Turismo médico o de salud, que consiste en el viaje a otra ciudad o país para recibir algún tipo de tratamiento o atención médica, así como tratamientos estéticos. En este documento se encuentra información que indica que este sector del turismo ha mostrado un crecimiento importante y sostenido en los y últimos años a nivel mundial y se prevé que continúe mejorando su participación en los siguientes diez años. En el 2014 genero a nivel global 100 mil millones de dólares, sólo por mencionar un indicador.

Se reconoce, que Latinoamérica se coloca en un sitio importante debido a su estrategia de precios moderados y cercanía con los países desarrollados. Los más importantes son: México, Brasil y Colombia. A partir del 2014 México ocupa el segundo lugar en captación de divisas por el turismo médico a nivel mundial. Esta segunda posición, es el resultado de una serie de estrategias implementadas en aquellos estados que por sus características geográficas o de acceso pueden potencializar dicha oportunidad, como el estado Baja California (B.C.). Este registró una derrama económica en el 2014 de más de 450 millones de dólares y mostró un crecimiento superior al nacional, esto provocó que, a nivel federal, el caso específico de Tijuana, B.C. que recibe al 61% de los turistas de salud que vistan en estado, fuera reconocido como un ejemplo de éxito en el sector del turismo médico a nivel nacional.

929

Si bien es cierto, que a principios del año 2000 el turismo médico fue identificado como una de las vocaciones a desarrollar en el estado de B.C. por la Secretaría de Desarrollo Económico del estado y que se han realizado esfuerzos importantes por parte de los actores involucrados para potencializar las características naturales de la región. También se reconoce, que no todos los ofertantes han logrado aprovechar la oportunidad que representa el turismo médico a pesar que este puede ser el detonador para el crecimiento y desarrollo del sector turístico en B.C.

Partiendo de la reflexión anterior se entablaron relaciones con el Colegio de Cirujanos Dentistas en el estado con la finalidad de identificar los factores internos y externos que inciden en la capacidad para competir a nivel internacional de los Cirujanos Dentistas. Para cumplir lo anterior y después de un análisis del arte se llegó a la conclusión que el modelo de competitividad sistémica sería el más apropiado para cumplir con dicho objetivo.

Una vez concluidas las diferentes fases del proyecto se identifican los factores exógenos que inciden en la capacidad para competir por cada uno los niveles: Meta, Macro y Meso. Es importante

mencionar que los factores externos identificados favorecen al desarrollo del turismo médico en la región. En cuanto a los inhibidores, se observó que estos se han trabajado en forma eficiente con resultados favorables.

En cuanto al nivel micro del modelo de competitividad sistémica, que permitió identificar los factores endógenos que indican en la capacidad para competir del sector de los Cirujanos Dentistas, a través de la definición de las características de las empresas que se han internacionalizado. De tal forma que la información encontrada permite al sector de Cirujanos Dentistas desarrollar planes con vías a la internacionalización de su servicio.

MARCO TEÓRICO

El turismo es una de las actividades que se ha consolidado como una de las principales fuentes generadoras de empleo y divisas en el mundo (Bancomext, 2016). La Organización Mundial de Turismo (OMT) en su publicación anual sobre el panorama del turismo internacional 2015 deja en claro que este sector ha presentado un crecimiento continuo en los últimos cinco años. En el 2015 se registró una aportación del 9.8% del producto interno bruto mundial, generó el 3.5% del total de empleos, el número de turistas internacionales ascendió a 1,184 millones de personas, lo que representó un crecimiento del 4.4% respecto al número registrados de turistas del período anterior, por otra parte, alcanzó los 1.5 billones de dólares en exportación lo que representa el 6% de los envíos mundiales. La OMT (2015) estima un movimiento de turistas de 1,800 millones a nivel mundial para el 2030 y de forma específica pronostica una tasa de crecimiento dentro del rango de 3.5% al 4.5% para el 2016. El panorama anterior refleja un crecimiento sostenido y un comportamiento similar al registrado en el 2015, situación que coloca al turismo dentro de los sectores con mayor posibilidad de crecimiento y desarrollo para los países a nivel mundial.

México en el 2015 se colocó en el lugar 10 del ranking de los países más visitados del mundo, sitio que se da luego de registrar la llegada de 32.1 millones de visitas internacionales, lo que representó un crecimiento de 9.5% en el sector. Este incremento en el turismo permitió que el país escalara 5 posiciones en el ingreso de divisas por visitantes internacionales pasando del lugar 22 al 17 lo que equivale a un crecimiento anual de 7.7%, este avance sitúa al país como el de mayor crecimiento registrado entre un periodo a otro a nivel mundial (OMT, 2015).

Si bien la mayoría de los turistas viajan por recreación, un 27% lo hace por otras razones, categoría que encuadra al turismo de salud. En este sentido, la empresa de consultoría McKinsey & Company (2015) identificó que el turismo de salud generó en el 2014 más de 100 mil millones de dólares y

registró un crecimiento importante a nivel global. Reconoce también que América Latina ha tomado fuerza debido a los precios moderados y cercanía de los países desarrollados. Se estima que el volumen de pacientes y acompañantes han crecido de un 30% anual y en los ingresos económicos han aumentado en un 40%. Los líderes en América Latina son Brasil, México y Colombia que cuentan con una estrategia de bajos costos y diversidad de especialidades de alto nivel e infraestructura de calidad.

Antes de continuar profundizando en indicadores que muestran la importancia del turismo médico en la actualidad, se consideró pertinente mencionar que este término no es nuevo, las personas siempre han buscado atención médica que cubra sus necesidades de salud. Se tienen registros de los asirios, babilonios y sumerios que se trasladaban a los centros de salud alrededor de las aguas termales para ser diagnosticados y recibir tratamientos. En la edad media la medicina árabe dio lugar a los primeros hospitales. También se tiene la importante medicina China respaldada con remedios herbales y la meditación. En la actualidad en fenómeno se disparó a partir de la década de los ochenta y ha tomado mayor importancia en los últimos años al ser considerado un área de oportunidad para países en vías de desarrollo (De la Hoz, 2013). En la actualidad el concepto de turismo médico desde un punto de vista general abarca los spas, medicina alternativa, medicina preventiva y de especialidad. Sin embargo, se encontraron diversas clasificaciones y conceptos que intentan encuadrar este fenómeno.

Tabla No. 1 Definición y tipos del Turismo de salud.

Asociación de Turismo Médico y de Salud.		Organización Mundial de Turismo
El flujo de pacientes que viajan en busca de cuidados a la salud ya sea dentro de su país o en el extranjero, dependiendo de sus necesidades.		Un turista de salud, es alguien que viaja en busca de un servicio club de salud o spa para reducir el estrés, de tratamientos termales o de procedimientos más complejos en un hospital
Clasificación del Turismo de salud		
Turismo curativo: el turista hace uso de recursos naturales con propiedades curativas (agua mineral, sal, lodo, entre otros) para el tratamiento de ciertas dolencias y bajo intervenciones terapéuticas.	Turismo Médico: el turista viaja para tratar alguna dolencia física o se realiza cirugías bajo la supervisión de doctores en un hospital o centro médico.	Turismo de Bienestar. el turista no tiene ninguna enfermedad física; sin embargo, viaja para buscar alivio al estrés diario, sin incurrir en intervenciones médicas.

Fuente: Santos Padron, I. (2014) El turismo de salud en México: Una modalidad de los servicios de salud. Management and Marketing Research. International Journal of Hedthcare. 7(4) 221-231

La tabla número uno, muestra dos de las definiciones generalmente aceptadas del turismo de salud, en donde el salir fuera de su país para recibir servicios médicos es la palabra clave. En relación con la clasificación se encontró que este se divide en tres, curativos, médicos y de bienestar, en donde el tipo de afección y preferencia de tratamientos hacen la diferencia entre una y otra. Por último, se identificó que algunos autores hablan del turismo médico incluyente, mientras que otros hacen una diferencia entre el turismo de salud y el médico; el primero encuadra al curativo y de bienestar, el médico se refiere a la intervención de especialistas de la salud (Hunter, 2007). Para efecto de este proyecto el turismo médico y de salud son sinónimos.

Por otra parte, estudios han demostrado que el turismo de salud, refleja la problemática de cobertura de servicios médicos que enfrentan algunos países desarrollados, lo que origina una oportunidad para los países en vías de desarrollo. La realidad es que la demanda de los servicios de salud internacional está relacionada con los precios, la accesibilidad de los servicios, los planes de seguros y la cercanía, razón por la cual la zona fronteriza muestra mayor movimiento (Guzmán, 2015).

En este sentido la Asociación de Turismo Médico (2015) establece que el 70% de los turistas de salud son provenientes de Estados Unidos y Canadá. Los estadounidenses pueden ahorrar entre el 20% al 80% del costo total de un tratamiento médico, por su parte la Secretaría de Turismo en México identificó que los procedimientos como ortopedia, cardiología, tratamientos dentales, cirugía plástica y reconstructiva, así como pérdida de peso son los más buscado por este sector. Los estados que más se benefician de este servicio en Estados Unidos es: California, Arizona y Texas, pero también los canadienses y centroamericanos. En relación a los estados que han logrado aprovechar esta oportunidad de mercado se encuentra Baja California, Ciudad de México, Cancún, Chihuahua, Coahuila, Sonora y San Luis Potosí.

Por su parte, el secretario de turismo el Sr. Enrique De la Madrid Cordero (Sectur,2015) en su comunicado 44 puntualizó que Baja California (B.C.) “es sin duda un claro ejemplo de los destinos que tienen un enorme potencial para desarrollar este rubro de la actividad turística”. En el 2015, se estima que el total de cruces fronterizo para hacer turismo de salud ascendió a 4.7 millones de visitantes, entre pacientes y acompañantes dejando una derrama económica de 673 millones de dólares. Dentro de los aspectos que han detonado este sector el BC se encuentra a parte del costo, la calidad del servicio y los médicos, al contar con 3 de los 7 hospitales mexicanos acreditados por Joint Commission International, organización con más de 50 años dedicada a la mejora de la calidad y la seguridad de las organizaciones sanitarias y socio sanitarias, con la finalidad de asegurar la aplicabilidad internacional de los estándares de seguridad y calidad en los procedimientos y servicio

de salud en el mundo (FADA, 2016). También cuenta con redes y agrupaciones que pretenden impulsar este sector, como el cluster de servicios de salud.

La información anterior muestra con claridad la importancia que representa el turismo de salud en el desarrollo del estado de B.C. y la razón por la que se considera una de las vocaciones de mayor desarrollo. No obstante, se reconoce que falta camino por recorrer para potencializar las ventajas del estado en relación al resto de la república, así como ampliar el alcance del beneficio obtenido a la fecha. Con la finalidad de ilustrar la posibilidad de crecimiento y desarrollo del turismo de salud en el estado de B.C. se describe el perfil que guarda el turismo médico. Para lo cual se consideró la última actualización presentada por la Secretaría de Turismo del estado en el 2014.

Perfil Predominante del Turismo Médico en B.C.

- El 55% es femenino. la edad promedio es de 43 años.
- Cuenta con un ingreso familiar de 3000 dls. Mensuales y en su mayoría son empleados.
- Son casados con 12 años de estudios (preparatoria).
- Son hispano nacido en EUA.
- Normalmente se mueve en carro y se hace acompañar por más de una persona.
- El 75% dura menos de 24hrs. por lo que se clasifica como excursionista y su estancia dura en promedio 5hrs. en la región.
- El otro 25% clasificado como turismo en promedio dura 2.33 días.
- Lo que los impulsa a visitar la región es el precio y la calidad de los servicios que se ofrecen.
- El 85% se entera de los ofertantes por recomendación
- Un 61% viajan entre el mes de mayo y agosto.
- Los servicios odontológicos son los más demandados alcanzando un 28.8% y en segundo lugar la medicina general con un 28.4%.
- En relación a la evaluación de satisfacción se logró un índice compuesto de 9.29 en una escala del 1 al 10, siendo este último excelente. La tabla número dos muestra la evaluación por servicio.

Tabla No. 2: Evaluación de satisfacción por servicio de los turistas de salud en B.C.

Tipo de servicio	Evaluación
Servicio médico.	9.86
Servicio de hotel	9.45
Servicio en restaurantes	9.71
Servicios en establecimientos comerciales	9.57

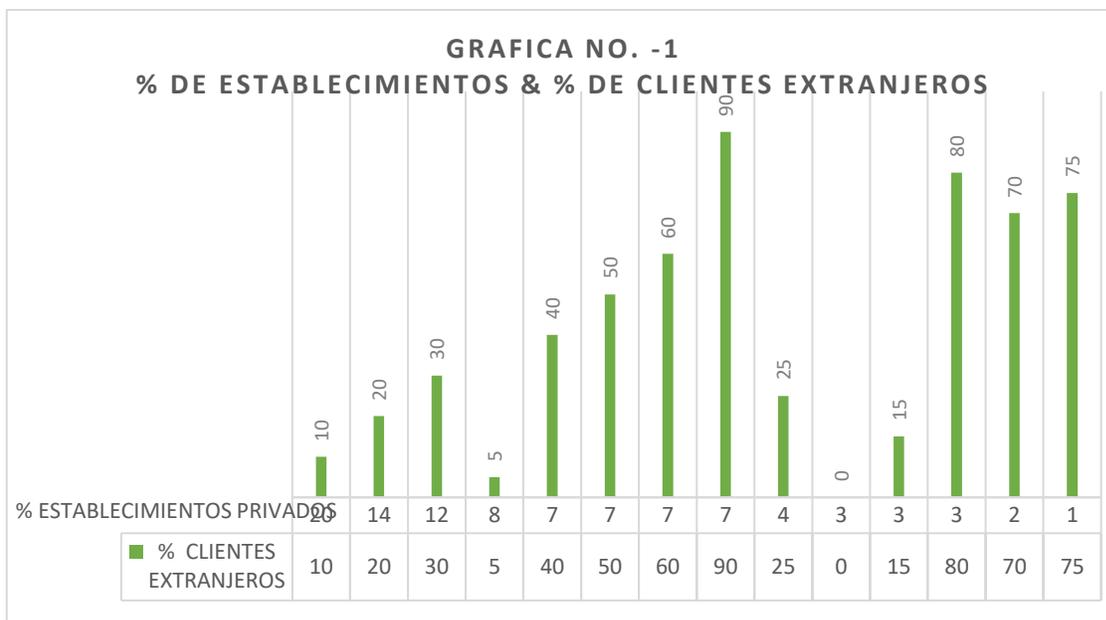
Señalización vial	8.7
Atención policía y tránsito	8.89
Imagen urbana	8.92
Diversidad atractivos turísticos	9.18
Índice compuesto 9.29	

Fuente: Secretaría de Turismo del Estado de Baja California (2014) Estudio de actualización del perfil del sector de turismo medido en B.C.

Características de la oferta de servicios de salud en B.C.

El mismo estudio de perfiles del turismo de salud en B. C. también identifica las características de los ofertantes del servicio médicos en el estado

- Se cuenta con 6,440 servicios de salud de los cuales 1,841 son dental.
- El 59% de los establecimientos se encuentra colegiados o afiliados algún tipo de organismo empresarial.
- 70% de los servicios privados genera de 1 a 5 empleos directos, el 76% de los servicios privados manejan el idioma inglés.
- En relación a la aceptación de seguros el 54% de los servicios privados no lo admiten, el 11% recibe de EUA, 5% sólo nacionales y 30% ambos.
- La gráfica número uno muestra el porcentaje de establecimientos privados en relación con el porcentaje de clientes extranjeros que atienden. Se observa que existe 3% de establecimientos que no tienen clientes extranjeros, mientras que un 7% de las clínicas atienden pacientes extranjeros en un 90%. El 20% es el mayor número de establecimientos que coinciden con una cartera de clientes extranjeros del 10%.
- Se identificó que el 60% los establecimientos privados no cuentan con una política de promoción definida; del porcentaje restante el 26% utiliza la internet como medio principal de comunicación.
- El 81% de los establecimientos no cuentan con alianzas estratégicas y el porcentaje más representativo dentro de las empresas que sí tienen un tipo de asociación con laboratorios clínicos en un 11% y 10% con clínicas y hospitales. Por su parte, el 87% de las empresas



Fuente: Elaboración propia con información de la Secretaría de Turismo del Estado de Baja California (2014) Estudio de actualización del perfil del sector de turismo medido en B.C. pag.14

- están dispuestas a participar en programas promocionales orientados al turismo de salud.

En cuanto a la derrama económica del turismo de salud en B.C. alcanzó en el 2014 los 456 millones de USD. Estos se agrupan en tres rubros, servicios de salud, imagenología y cirugía, con las siguientes participaciones: en servicio la odontología participa con 34%, los Rx con el 44% en imagenología y la cirugía plástica con el 51% en la división de cirugías. El municipio de Tijuana concentra el 61% de la derrama económica directa e indirecta del turismo de salud en el estado.

Resulta oportuno mencionar que el estado de B.C. puso en marcha la Política Pública para el Impulso del Turismo de Salud, con lo que se convirtió en la primera entidad del país en publicar oficialmente un documento estratégico para potenciar esta actividad. Dentro de las estrategias se encuentra el impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico en lo general, fomentar un mayor flujo de inversiones en el mismo y estimular la sustentabilidad. También se reconoce que existen factores que lo inhiben, como el cruce fronterizo, la publicidad negativa que se le hace a México en el exterior, desconocimiento de B.C. como uno de los principales destinos turísticos en materia de salud, el carecer de una vinculación entre los distintos niveles de gobierno con las dependencias y redes involucradas con el turismo de salud, el programa de promoción y Branding estatal no han dado los resultados esperados.

De igual forma, el documento hace referencia a los factores que impulsan al sector y destaca al estado de California en EUA como un mercado natural, la diversidad de especialidad e infraestructura, así como la posibilidad de atender a los mercados emergentes como los Baby boomers por su interés en vivir en B.C. a su retiro y las necesidades de salud preventiva que estos presentan y los Millennial, por su poder adquisitivo e interés sobre servicios que demandan mayor valor agregado.

De los anteriores planteamientos se desprende varios enfoques de interés para este proyecto de investigación, ya que deja en claro la importancia de los servicios odontológicos ofertados en el estado, así como el perfil del mercado potencia y la importancia de Tijuana. No obstante, muestra también que no todos los ofertantes han aprovechado los beneficios del turismo de salud, a pesar de dominar el idioma, de tener una vida colegiada y encontrarse en una zona geográfica propicia. A partir de la reflexión de este escenario surgieron preguntas relacionadas con los elementos que inhiben su potencial y que han hecho aquellos establecimientos que han logrado aprovechar la oportunidad de mercado.

Lo anterior permitió entablar una relación con el Colegio de Cirujanos Dentistas (CCD) y buscar los factores que inciden en la competitividad internacional de las empresas afiliadas al mismo, con el objetivo de proveer información que les permita desarrollar un plan de inserción al mercado internacional a mediano y largo plazo.

936

Para lograr lo anterior fue necesario identificar las teorías que determinan los factores, tanto exógenos como endógenos que indiquen en la capacidad para competir de las empresas a nivel internacional. Se encontró que se han realizado esfuerzos importantes para sistematizar los enfoques que existen del fenómeno de la competitividad, la tabla número tres, hace referencia al modelo de competitividad sistémica, aplicado en diversos sectores con resultados importantes. Este se caracteriza por contener cuatro niveles distintos, pero interrelacionados: nivel Meta, Macro, Meso y Micro.

Nivel Meta. Se refiere a la capacidad de organización de los actores para encaminar los esfuerzos hacia el cumplimiento de intereses comunes que permitan generar ventajas nacionales centradas en la innovación y el conocimiento a través del desarrollo de habilidades sociales, por tanto, forma parte integral de los otros niveles.

Nivel Macro. Describe las variables macroeconómicas y su estabilidad, ya que de éstas depende la operación eficiente del mercado nacional y el crecimiento de la economía.

Nivel Meso. Éste contempla el desarrollo de políticas que fomenten la formación de estructuras y apoyo al sector y empresas que lo forman. Este nivel considera lo nacional, regional y local.

Nivel Micro. Se refiere a los factores que intervienen en la operatividad de la empresa y condicionan su comportamiento.

Tabla No. 3 Factores que inciden en la Competitividad empresarial

Competitividad Ventaja competitiva	Competitividad Sistémica		Competitividad estructural (centrado en la Innovación)	Red de competitividad
Capacidad para crear valor.	Meta	Organización política, jurídica y económica. Factores socioculturales. Capacidad estratégica y política de los actores	Gestión basada en el conocimiento	Capital Humano Innovación
Estrategia que no pueden ser superadas o igualadas	Macro	Política monetaria, presupuestaria, fiscal, comercial, cambiara y de competencia.	Integración empresarial	Infraestructura
	Meso	Política de exportación e importación, infraestructura, educacional, tecnológica, desarrollo industrial, regional y medioambiental		Financiamiento
	Micro	Recursos Capacidades Estrategia competitiva		Mercadotecnia Clima de negocio Macroeconomía
M. Porter 1991	Esser, Hillebrand, Messner y Meyer-Sramer, 1994		OCDE, 1992	M. Porter, 1990

Fuente: Elaboración propia con información de Avalos F. (2009) *Factores determinantes de la competitividad empresarial*. Universidad Peruana de Ciencias. Perú.

Esser, Hillebrand, Messner y Meyer-Sramer (1996) Competitividad Sistémica: Nuevo desafío para las empresas. Revista de la CEPAL.59. (1) 39-52

Porter, M.(1991) *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires, Argentina. Vergara.

También, se observó la necesidad de la integración sistémica entre el estado, empresas, instituciones y la sociedad para alinearse en un interés común que promueva la innovación y la creatividad a fin de aprovechar las oportunidades que en este caso brinda del turismo de salud al sector de cirujanos dentistas en Baja California. En definitiva, la teoría apunta a que el éxito en los resultados de las empresas va ligado a un conjunto estructural, político, económico y social.

METODOLOGÍA

Partiendo de lo anterior se toma la decisión de sustentar el proyecto en el modelo de competitividad sistémica, y poder identificar los factores exógenos y endógenos que inciden en la capacidad para competir a nivel internacional del sector de los Cirujanos Dentistas en Baja California.

Para alcanzar el objetivo anterior, fue necesario establecer un procedimiento de tres fases, en donde la fase 1 y 2 busca obtener la información suficiente para identificar los factores externos que inciden en la competitividad internacional a nivel el Meta, Macro y Maso.

Fase 1: Análisis en profundidad de los diferentes niveles del modelo y como ésta se refleja en el sector de interés.

Fase 2: Se relacionó el concepto de competitividad sistémica y cada uno de sus componentes al caso del sector de Cirujanos Dentistas.

La Investigación documental fue la metodología empleada en la fase 1 y 2, específicamente la argumentativa, bajo el modelo de Antonio Tena y Rodolfo Rivas (2007) el cual consiste en recolectar, seleccionar y presentar resultados coherentes, a través de un procedimiento lógico y mental. También se utilizó la matriz de integración propuesta por Guillermo Ronda (2013); esta permite observar en un cuadrante la información obtenida facilitando la comparación de la información. En cuanto al análisis empleado fue necesario reflexionar, analizar, interpretar y comparar para cumplir con los factores que observa del nivel Meta, Macro y Maso del modelo de competitividad sistémica.

En la *Fase 3:* Se profundizó en el nivel micro, con la finalidad de identificar los factores internos que indiquen en la capacidad para competir a nivel internacional del sector de Cirujanos Dentistas. Para lograr lo anterior fue necesario llevar a cabo una investigación descriptiva, los sujetos de estudio fueron aquellos Cirujanos Dentistas que ya contaban con pacientes extranjeros. El método de recolección de datos fue la entrevista personal asistida por un instrumento de recolección de datos. El cuerpo del instrumento se desarrolla a partir de las tres variables propuestas por el modelo de competitividad sistémica (recursos, capacidades y estrategia competitiva).

La validez externa del instrumento es positiva, ya que se trabajó con una población homogénea por lo que se asume que la generalización de los resultados es posible.

En cuanto a la validación interna esta se llevó a cabo por contenido, al ser evaluado por expertos, los cuales juzgaron su diseño en relación a su objetivo. Para finalizar, la medición de la fiabilidad se

aplicó la prueba Test y re test, ya que se aplicó el instrumento en dos tiempos diferentes a una pequeña población de los sujetos de estudio.

En cuanto a la determinación de la muestra se trabajó con un nivel de confianza del 95%, un margen de error del 5% y una probabilidad de 50%. Se empleó la estadística descriptiva para el análisis de los datos.

RESULTADOS

Se identificó que la estructura del sector de los Cirujanos Dentistas aplica elementos de la competitividad sistémica en cada uno de sus cuatro niveles. Se encontró que la Secretaría de Turismo es la encargada a nivel nacional del desarrollo de estructuras y alineación de los actores en el turismo médico en México y que es a través de la Secretaría de Turismo de los estados los ejecutores de la política de desarrollo.

a) Nivel meta económico

Este nivel es fundamental, en él se desarrolla la capacidad de integrar y articular las estrategias sociales, políticas y económicas, aumentando los niveles de eficiencia, calidad y productividad. En este sentido se identificó que la Organización Mundial de Turismo dio a conocer en su informe anual (2015), la importancia y crecimiento del Turismo de salud a nivel mundial, así como la necesidad de tratamientos médicos de calidad a precios competitivos para el paciente y servicios adecuados para sus acompañantes. Reconoce que México se ha convertido en un destino importante en este sector. Pero fue Baja California mostrado como un ejemplo en la detonación del turismo de salud, por su capacidad de integración y potencializar la ventaja geográfica, innovación en tratamientos y usos de tecnologías, que han arrojado una derrama económica importante, no sólo para el estado, sino para el país, así como una fuente importante de empleo.

Un punto a resaltar, en relación al desarrollo de habilidades sociales, es la inversión que realizará la Secretaría de Turismo del estado (2015) al crear un fondo de apoyo al sector salud de B.C. para impulsar su desarrollo, al ser considerado como uno de las vocaciones principales a desenvolver. El objetivo es mejorar la imagen urbana, apuntalar las certificaciones de hospitales, clínicas y médicos con la finalidad de mejorar el nivel de competencia del estado en lo particular y del país en general, esta inversión inicio con 10 millones de pesos otorgados el Clúster de Turismo Médico y se mantendrá el apoyo por los siguientes años hasta sumar 300 millones de pesos al 2019.

Además, se encontró que la Secretaría de Turismo del estado firmó un convenio con la Universidad Autónoma de Baja California, para coordinar y participar en programas para impulsar el Turismo

Médico en el estado, lo que resultó en una serie de proyectos de investigación que han fortalecido el plan estratégico del sector turístico 2015-2019, en el cual se encuentran las bases y estrategias para detonar el sector de servicios médicos en los siguientes tres años.

a) Nivel macro económico

El Turismo de salud se desenvuelve en un mercado de rápido crecimiento y con niveles de competencia estandarizados a nivel global que garantizan la calidad del servicio médicos. En este orden de ideas, el sector salud en Baja California debe lidiar con factores que inhiben su competitividad como los tiempos para el cruce fronterizo tanto vehicular como peatonal, las alertas de inseguridad emitidas por el departamento de Estado de los Estados Unidos, al igual que las noticias de violencia y narcotráfico que surgen en los medios nacionales e internacionales, falta de información sobre la oferta turística, en este caso de salud, el carecer de una sólida vinculación entre los distintos niveles de gobierno con las dependencias involucradas en el turismo de salud, la falta de continuidad en los proyectos de infraestructura, programa de promoción y Branding estatal con un desarrollo lento e ineficiente, insuficiencia de paquetes de productos turísticos concebidos bajo el concepto de mercadotecnia vertical, desaprovechamiento tecnológico de información y comunicación, escaso capital humano capacitado certificado y el desinterés de la población sobre la importancia del sector y el manejo de la imagen del estado y municipios.

Como respuesta a los factores anteriores, se identificó, que la vida colegiada y agrupaciones creadas para fortalecer el sector del turismo de salud en B.C. se ha posicionado en los últimos 5 años dentro de las más dinámicas, productivas y eficientes a nivel nacional al contar con una influencia importantes en política comercial estatal. Se descubrió, que lograron gestionar a través de la Secretaría de Turismo y Relaciones Exteriores la implementación de un carril exclusivo para el turismo de salud, que funciona a través de un pase expedido por el médico, reduciendo considerablemente el tiempo de cruce al pasar de 145 a 15 minutos.

En relación a la percepción de inseguridad, para contrarrestarlo se incluyó en el servicio, al turismo médico, el traslado de ida y vuelta a EUA, dentro de su paquete sin un costo adicional, lo que promete un viaje seguro y sin contratiempo. Otra de las acciones reconocidas, son las consultas diagnóstico y seguimiento en las ciudades más importantes de California, para lo cual los organismos realizaron alianzas con clínicas en esas ciudades y acuden eventualmente a darle seguimiento a sus pacientes. De igual manera, se halló que las agrupaciones trabajaron y costearon una página en la cual el turismo

de salud puede encontrar la oferta de la región, características, calidad, precio, referencias médicas y medios de contacto.

Trabajan en forma conjunta con la Secretaría de Turismo del estado para alinear la visión a largo plazo del sector del turismo de salud, con la finalidad de incentivar la inversión en mejorar la imagen urbana y los apoyos para la certificación de clínicas, hospitales y médicos, así como la necesidad del sector por proveer estudios formales al gobierno estatal y federal del impacto de la toma de decisiones centralizadas en materia fiscal y demás aspectos económicos que ponen en riesgo la estrategia de líderes en bajo costo.

Si bien es cierto B.C. y principalmente Tijuana son considerado un ejemplo por su crecimiento en este sector, los aspectos anteriores invitan al mejoramiento continuo y a fortalecer la integración entre los ofertantes y los tres niveles de gobierno para continuar aprovechando las oportunidades de este nicho de mercado.

c) Nivel meso económico

Antes de abordar este nivel se consideró pertinente hacer una reflexión apoyando en el pensamiento del Dr. José de la Cerda (1998), Dr. Roberto Reyes (2007) y Alejandra Oyola (2013), al exponer que las empresas no son competitivas por sí mismas y que el entorno de los negocios en el cual se ubican afecta directamente su crecimiento y mejoramiento, el aceptar holísticamente la competitividad permite tener la oportunidad de incursionar en la eficiencia colectiva; con el apoyo de otros actores como el gobierno y las instituciones públicas y privadas. El objetivo final es disminuir el individualismo y la insolidaridad entre los empresarios, lo cual requiere una voluntad de cambio. No son competidores diversificados, sino potenciales aliados estratégicos a largo plazo.

A partir de la premisa anterior, en B.C. se han formado Clúster para promover el desarrollo y trabajo en equipo de los diferentes actores en la atención de los pacientes y sus familias, con la finalidad de brindar un servicio de alto nivel, coordinado, competitivo y de gran calidad al "turista médico". Tijuana, cuenta con Baja Medical Tourism, Clúster de Turismo Médico, Clúster Médico Dental y Hospitalario de B.C. y Medical Trip. En Mexicali se encuentra Mexicali Health Care. Por otra parte, se cuenta con Colegios y Asociaciones en sus diversas especialidades. La estructura que estos han establecido apoya en el funcionamiento y crecimiento del sector del turismo de salud en B.C.

- **Tejido empresarial**

Se identificó que, a través de la formación de estas agrupaciones, el sector de turismo médico ha logrado ventajas, como la representación del sector a nivel nacional e internacional, involucramiento

en las perspectivas de desarrollo del estado, la generación de información que permite entender el funcionamiento del sector en la región, así como identificar aquellas especialidades que tienen mayor posibilidad de continuar creciendo, así

como los requerimientos y necesidades para lograrlo, de tal forma que les permite realizar gestiones que conlleven a una mejora continua. La importancia de este tejido empresarial radica en que el turista médico obtenga un servicio integral, por tanto, las diferentes actividades especializadas que se requieren para proveer un servicio de calidad al mejor precio, sólo es posible a través de la integración e interacción de los diferentes actores.

- **Encadenamientos generados por el sector del turismo médico**

Como referencia del concepto de encadenamiento, se identificó que se distinguen dos maneras de explicarlos, en este caso del turismo médico en la actividad económica. El primero consiste en comentar cuáles son los eslabones de su contribución a la economía. La segunda, consiste en analizar los encadenamientos que se dan entre actividades y sectores proveedores de bienes y servicios, antes, durante y después de la producción de servicios turísticos médicos.

En el proceso de esclarecer los encadenamientos en las dos formas mencionadas anteriormente, se encontró, que a pesar de los avances que se han tenido en los últimos años en materia de información, la falta de estadísticas del segmento del turismo médico a nivel nacional y estatal confiables es real. También es un reto el establecimiento de parámetros de comparabilidad de los datos en sus diferentes escalas, que permitan visualizar el impacto real del turismo médico en la economía de la región. Esta limitante invita a desarrollar un proyecto destinado a subsanar la carencia de información.

A pesar de esta situación, se reconoce que los 2.4 millones de turistas de salud que visitan el estado de B.C. y la derrama económica de 456 millones de dólares anuales, es el resultado de una articulación positiva en el encadenamiento, lo que favorece la capacidad para competir a nivel internacional y continuar aprovechando la oportunidad de mercado que experimenta el estado.

d) Nivel micro económico

A partir de la teoría de la competitividad sistémica y su nivel microeconómico en el cual se estudian las capacidades de las empresas para llevar a cabo procesos de mejora que han contribuido al desarrollo del sector. En este proyecto se toma la decisión de concentrar el microanálisis en el área Odontológica en la ciudad de Tijuana, ya que participa con el 34% de los servicios requeridos por el

turismo médico en donde los cirujanos dentistas dominan el área y por último el 61% de los turistas se concentran en este municipio.

A partir de la información obtenida se desprenden las características principales de los establecimientos afiliados al Colegio de Cirujanos Dentistas que han logrado la internacionalización:

- El 57% son personas morales,
- 71% de los médicos cuenta con un posgrado,
- 43% tienen más de 10 años de operaciones,
- 57% se clasifica como pequeña empresa a partir de su número de empleados que oscila entre 11 a 50 personas contratadas.
- 6 de cada 10 de sus pacientes son extranjeros,
- El 100% acepta seguros de gastos médicos de Estados Unidos y nacionales,
- Se hacen de clientes por recomendación en un 71%, se dan a conocer por internet en un 57%, el 100% maneja redes sociales,
- 100% es bilingüe,
- y por último el 53% pertenece a una agrupación en colaboración aparte de ser miembro del Colegio de Cirujanos Dentistas.

En relación a la *organización administrativa*, se identificó, que el 86% cuenta con manuales que apoyan su operatividad, el 71% considera que su estructura administrativa favorece la internacionalización ya que cumplen con los requerimientos de las aseguradoras de EE.UU. 57% considera que cuenta con un nivel competitivo bueno, el total de sus especialistas están certificados, el 100% cuenta con instalaciones adecuadas para operar y cuentan con un programa de calidad, y el mismo porcentaje capacita a sus empleados.

Mercadotecnia: el 100% de las personas que tienen contacto con el cliente tiene la suficiente autoridad para resolver problemas, 71% cuenta con un sistema que mide el nivel de satisfacción del cliente, 74% toma decisiones a partir de lo observado por los usuarios.

Finanzas: 74% cuenta con herramientas que le indican la rentabilidad, 100% no utilizan entidades crediticias y monitorean su punto de equilibrio, los servicios que les generan más ingresos es la cirugía dental en un 43%, el 100% considera sus precios competitivos, el 57% está preparado para los cambios económicos.

Innovación: El 100% realizó innovaciones en sus procesos y servicios en los últimos tres años, todos realizaron innovaciones en el modelo de gestión, se mantienen informados de las innovaciones a través de congresos en un 86%.

Tecnología: El 100% ha actualizado o modernizado el equipo, el 85% lo reemplaza entre los 3 a 5 años y todos cuentan con un programa de mantenimiento, son capacitados para utilizar el equipo correctamente, utilizan expedientes electrónicos, cuentan con página web y redes sociales.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Una vez concluidas las tres fases del proyecto, se deduce que el turismo médico continuará en desarrollo a nivel mundial y pasará de mercado emergente a formar parte importante de la economía global. Lo que implica que México debe maximizar sus esfuerzos y apoyo en los estados que han demostrado capacidad para posicionarse exitosamente en este sector.

A partir del argumento anterior y con los resultados del modelo de competitividad sistémica aplicado el sector de turismo médico en el estado de B.C. permitió identificar los factores exógenos y endógenos que indican en la capacidad para competir a nivel internacional. A pesar, que en uno de sus niveles la información encontrada fue limitada, los otros tres rebelaron que el estado de B.C. guarda una estructura propicia para el crecimiento y desarrollo del turismo médico.

La tabla número cuatro muestra los factores externos clasificados por niveles que influyen en la capacidad para competir a nivel internacional. Y a partir de los resultados, se desprende que B.C. en general ha logrado afrontar estos elementos en forma exitosa, con el apoyo de un Gobierno que busca potencializar las características de la región y empresarios dispuestos agruparse para incrementar sus oportunidades de desarrollo. Por su parte, Tijuana presenta un escenario favorable para estimular al sector de Cirujanos Dentistas a buscar la internacionalización y ampliar sus servicios al turismo médico que registró uno de los crecimientos más importantes en los últimos años y se estima que continúe en ese camino. En cuanto a los factores externos que pudieran inhibir el escenario anterior, se deduce que éstos se han afrontado de una forma inteligente, ya que no impidieron que el sector registra un crecimiento por encima de la media nacional en 2014 y 2015, lo que revela que se está trabajando en el camino correcto.

Tabla No. 4: Factores exógenos que inciden en la capacidad para competir a nivel internacional en B.C.

Factor a nivel Meta	Factor a nivel Macro
Igualdad de oportunidades para todos los países. Instituciones que regulan y cuidan la calidad de los servicios de salud. Desarrollo de especialidades y certificaciones.	Características del mercado internacional. Disponibilidad del gobierno para impulsar el sector a nivel nacional. Capacidad para gestionar en forma colegiada .
Factores a nivel Meso Características de la región Desarrollo del sector en la región Disponibilidad de los actores para agruparse	

Fuente: Elaboración propia.

Referente a los elementos internos que contribuyen en la habilidad para competir a nivel internacional (tabla No. 4), en el caso de los cirujanos dentistas en B.C. se identificó que la estructura de la empresa, su organización administrativa, disponibilidad para innovar en procesos y servicios, así como el contar con una infraestructura y tecnología adecuada, sin olvidar la importancia de medir los resultados, les han permitido beneficiar el turismo de salud. por tanto, se infiere que en la medida en que otras empresas trabajen estos elementos mejorará la capacidad para competir a nivel internacional.

Tabla No.- 4: Factores endógenos que inciden en la capacidad para competir a nivel internacional de los Cirujanos Dentistas en B.C.

Factores a nivel Micro
Características del empresario Estructura y organización administrativa de la empresa Disponibilidad hacia la innovación de procesos y servicios Infraestructura y tecnología Medición de resultados

Fuente: Elaboración propia.

Como resultado de este proyecto, se recomienda al sector de Cirujanos Dentistas del estado de B.C. continuar con las estrategias de desarrollo orientada al turismo médico. También se invita a tomar acciones encaminadas a:

Fortalecer la operatividad administrativa, mejoramiento de la imagen e infraestructura de la empresa, así como su equipamiento, capacitación y certificación que le permita reunir los requerimientos para ampliar su mercado a los pacientes con seguros de gastos médicos dentales tanto nacionales como extranjeros, así como destinar recursos a la comunicación en el segmento de interés y sistemas de medición de resultados.

Por otra parte, se exhorta a incorporarse o en su caso continuar con organizaciones empresariales que conlleve a la formación de redes de colaboración, que permita ampliar los servicios a costos adecuados sin perder calidad.

Las condiciones externas se están alineando para sobresalir y ampliar el mercado al ámbito internacional; será entonces la visión del empresario que marque la diferencia, entre recorrer un camino conocido o buscar nuevas formas de hacer crecer su negocio.

REFERENCIAS

Bancomext. (2016). *Turismo, Reporte sectorial de la Dirección de estudios económicos*. Recuperado de: <http://www.bancomext.com/wp-content/uploads/2016/04/EES-Turismo-2016-1.pdf>

De la Cerda, J. (1998). *Administración en Desarrollo*. México: ITESO

De la Hoz Pérez, A. (2013). Entendiendo el turismo de salud: un análisis socio-demográfico. *Escenarios: Empresa y Territorio*, 2 (1), 37-54.

FADA. (2016). *Fundación para la acreditación y desarrollo asistencial. Joint Commission International*. Recuperado de: <http://www.acreditacionfada.org/index.php?page=jc-jci>

Guzmán, F.J. (2015). *Internacionalización de los servicios de salud: Turismo medico en México y Jalisco*. México: Universidad de Guadalajara, UCLA, Profmex, Juan Pablo Editores.

Hunter Canon, W. (2007). Turismo medico: Nuevo nicho global de mercado. *Internacional Ciencia y Turismo*, 7(1), 129-140

OMT (2015). *Panorama OMT del Turismo internacional*, edición 2015. Recuperado de: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875>

Ronda, P.G. (2013). *Introducción a la Investigación documental*. España: Díaz de Santos.

Santos Padron, I. (2014). El turismo de salud en México: Una modalidad de los servicios de salud. *Management and Marketing Research. International Journal of Hedthcare*, 7(4) 221-231

Secretaría de Turismo del Estado de Baja California (2014). *Estudio de actualización del perfil del sector de turismo medido en B.C.* Recuperado:

<http://descubrebajacalifornia.com/files/estudios/Turismo-medico-y-de-salud-y-su-Impacto-Economico-en-BC2014.pdf>

Secretaría de Turismo del Estado de Baja California (2015). *Programa Estatal de Turismo 2015 – 2019*. Recuperado de:

<http://www.copladebc.gob.mx/publicaciones/2015/planesyprogramas/Programa%20Estatal%20de%20Turismo%202015-2019.pdf>

Sectur (2015). *Comunicado 44. Secretaria de Turismo*. Recuperado de: <https://www.gob.mx/sectur/prensa/baja-california-ejemplo-para-detonar-el-turismo-medico-en-mexico-emc?idiom=es>

Suck, A. T., & Rivas-Torres, R. (2007). *Manual de investigación documental*. México: Plaza y Valdez