



Vol. 12, Nº 26 (junio/junho 2019)

## CARACTERIZACION Y PERCEPCION DE LOS TURISTAS QUE REALIZAN CONSULTAS ODONTOLÓGICAS EN PUERTO VALLARTA

José Luis Cornejo Ortega<sup>1</sup>  
Edmundo Andrade Romo<sup>2</sup>  
Mareni Elizabeth Ochoa Cornejo<sup>3</sup>

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

José Luis Cornejo Ortega, Edmundo Andrade Romo y Mareni Elizabeth Ochoa Cornejo (2019): "Caracterización y percepción de los turistas que realizan consultas odontológicas en Puerto Vallarta", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 26 (junio/junho 2019). En línea: <https://www.eumed.net/rev/turydes/26/turismo-medico.html>  
<http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes26turismo-medico>

### Resumen

El turismo es una actividad productiva muy importante para el desarrollo y economía en México por la generación de empleos principalmente. La combinación de salud, medicina y turismo da como resultado el turismo médico, actividades poco abordadas. El objetivo de esta investigación es conocer la percepción del turista que visita Puerto Vallarta y que busca realizar una consulta o algún tratamiento dental en algún hospital, clínica o consultorio dental. Con el propósito de caracterizar el perfil de los visitantes que realizan consultas odontológicas, así como de sus motivaciones y patrones de consumo en la ciudad, se diseñó un cuestionario en el que se midieron las actitudes y motivos mediante escala de Likert. Se realizó una encuesta con un tamaño de muestra de 64 turistas para la encuesta con una confianza de 90% y un error estadístico de  $\pm 10\%$ . Los resultados destacan a Puerto Vallarta como un destino competitivo en turismo médico ya que los hospitales, clínicas y consultorio dentales están a la vanguardia.

**Palabras clave:** Turismo médico, salud, percepción, calidad

### Abstract

Tourism is a very important economic activity for the Mexican economy for jobs generation and the country development, the combination of health, medicine and tourism result in medical tourism, which are little-addressed activities. The objective of this research is to know the perception of the tourist that visits Puerto Vallarta and that seeks to make a consultation or some dental treatment in a hospital, clinic or dental consulting. In order to characterize the profile of visitors who perform dental consultations, as well as their motivations and consumption patterns in the city, a questionnaire in which attitudes and motives were measured using a Likert scale was designed. A

<sup>1</sup> Doctor en Biosistemática, Ecología y Manejo de Recursos Naturales y Agrícolas de la Orientación en Investigaciones Costeras. Profesor-Investigador Titular A del Departamento de Estudios Socioeconómicos. CUCosta.

<sup>2</sup> Doctor en Cooperación. Profesor-Investigador Titular C del Departamento de Artes, Educación y Humanidades. CUCosta.

<sup>3</sup> Estudiante de la Licenciatura en Turismo del CUCosta

survey was conducted with a sample size of 64 tourists for the survey with a confidence of 90% and a statistical error of  $\pm 10\%$ . The results highlight Puerto Vallarta as a competitive destination in medical tourism since hospitals, clinics and dental offices are at the Vanguard.

**Keywords:** Medical tourism, health, perception, quality.

## 1. Introducción

El turismo es una actividad económica muy importante para la economía mexicana por la generación de empleos y el desarrollo del país, y la combinación de salud, medicina y turismo da como resultado el turismo de salud y el turismo médico, actividades poco abordadas, sin embargo, conforme pasan los años resultan más importantes para todos los países, principalmente para los destinos más turísticos.

El turismo médico y el turismo de salud han ido dejando una derrama económica importante en distintos estados de la República mexicana ya que año tras año el número de turistas internacionales es más notable, esto se debe a que los turistas buscan ciertas características en los hospitales y clínicas los cuales están en constante remodelación y actualización para ser competitivos. Algunas de estas características son la infraestructura suficiente para realizar los procedimientos necesarios, estar a la vanguardia con la tecnología, la calidad del servicio que se brinda es personalizado, un aspecto primordial como la limpieza, así como una ubicación accesible para los pacientes.

A pesar de que en el extranjero se ha modificado el sistema de salud, como es el caso del Obamacare en los Estados Unidos de América, la mayoría de las personas de la tercera edad no tiene acceso a los mejores hospitales es por eso que muchos de ellos buscan diferentes opciones en otros países, además que los precios en el extranjero están por encima del 50% del costo en México (Puertovallarta.net).

En México, Puerto Vallarta es el destino de recreo mejor posicionado a nivel nacional para el turismo médico y fue la piedra angular de este tipo de afluencia por contar con hospitales con infraestructura suficiente, incluso para ejecutar procedimientos avanzados (Puertovallarta.net).

De una década a nuestros días ha sido notable el aumento de pacientes extranjeros en los consultorios de médicos especialistas, incluso cuando en Estados Unidos se han modificado las tarifas volviéndolas más accesibles, y pese a las intensas campañas publicitarias en contra del turismo que emigra de ese país hacia otros para someterse a cirugías de tipo estético. La tendencia continúa al alza, gracias a las recomendaciones de pacientes satisfechos (Puertovallarta.net).

Los destinos que ofrecen estos servicios están en continua competencia en todo el mundo, desde Argentina, Brasil, Vietnam y, por supuesto, México. En el caso de nuestro país, cada vez son más los turistas que deciden viajar a México en busca de algo más que sol y playa. Entre sus principales ventajas encuentran la calidad de sus hospitales y las cualidades de sus servicios, la abundancia de tratamientos alternos, la cualificada experiencia de sus profesionales, y por supuesto, la diferencia del precio que estos tratamientos tendrían en sus países de origen. El objetivo de esta investigación es conocer la percepción del turista que visita Puerto Vallarta y que busca realizar una consulta o algún tratamiento dental en algún hospital, clínica o consultorio dental (Puertovallarta.net).

## 2. Turismo médico

Este tipo de turismo ha venido a tener cada vez mayor presencia en México en los últimos años, fortalecido, sobre todo, por el hecho de que cada vez más los residentes de EEUU, visitan las ciudades fronterizas de la entidad para ser atendidos en materia de salud; especialmente en el ramo odontológico, de cirugía cosmética, tratamientos alternativos, farmacias, etcétera (Ramírez, 2016).

La acelerada expansión de este segmento de mercado, aunada al poco interés de los académicos, investigadores o institutos de investigación sobre el tema, ha propiciado la falta de información confiable para la toma de decisiones, tanto en los distintos órdenes de gobierno como para las empresas y asociaciones relacionadas con el turismo médico (Cuamea, 2017).

La falta de estrategias, mecanismos e instrumentos para obtener información válida acerca del volumen de turistas de salud, así como la ausencia de información acerca de la derrama económica generada, han propiciado una sobrestimación del valor e importancia de este segmento de viajeros. Hudson y Xiang (2012) afirman que los estudios relacionados con turismo médico se han concentrado en los viajeros internacionales, pero existe una falta de conocimiento acerca del volumen, actitudes y comportamiento del turismo médico a nivel nacional en Estados Unidos. Resultados similares se presentan para el caso canadiense: Johnston, Crooks, Adams, Snyder y Kingsbury (2011) afirman que existen muy pocos reportes que presenten información sistemática y confiable respecto al volumen de pacientes de turismo médico, lo que desde la perspectiva de salud pública obstaculiza los esfuerzos para establecer acciones que permitan reducir los riesgos de este tipo de viajeros, así como para monitorear qué sucede tanto en los países de origen como de destino.

En el mismo sentido, pero al referirse al Reino Unido, Álvarez, Chanda y Smith (2011), consideran que cuando los responsables políticos deben tomar decisiones sobre participar o no en el turismo médico, generalmente se encuentran con una falta de información ya que se desconoce el volumen total de este segmento de viajeros, tampoco se conoce los impactos económicos en los países de origen ni en los de destino, ni los efectos sobre los sistemas de salud, por lo que no se podrán resolver estas cuestiones hasta disponer de mayor información y de mejor calidad. Con relación al conocimiento específico sobre este segmento de viajeros Johnston, Crooks, Adams, Snyder, y Kingsbury (2010), señalan que existe un cuerpo muy limitado de investigaciones empíricas sobre el tema. Agregan que las “estimaciones e ideas iniciales” sobre el turismo médico se repitieron y se referenciaron tanto que terminaron por considerarse como hechos. Esto sucedió tanto en el ámbito académico como en el sector público y privado. Añaden que las estimaciones en el volumen de viajeros, derrama económica y potencial de crecimiento son muy variadas; por ejemplo, las proyecciones para la industria de turismo médico a nivel global indicaban apenas unos 60 mil pacientes anuales en 2008, mientras que, para el mismo año, las estimaciones indicaban que los estadounidenses que viajaron por este motivo se consideraron en el rango de 50 mil hasta el medio millón (Cuamea, 2017).

Para ejemplificar la ausencia de datos sistemáticos y permanentes de este segmento, se citan dos ejemplos que muestran la manera en que se manejan las cifras para llamar la atención de los gobiernos y tratar de obtener apoyos para el desarrollo de los *clusters* a nivel local o internacional. De acuerdo con Youngman (2009), en el reporte Mckinsey se estima que en 2007 aproximadamente 50 mil estadounidenses realizaron viajes de turismo por motivos de salud; sin embargo, no se contabilizaron los viajes hacia México, Canadá o Cuba. En 2008, el reporte Deloitte estimó que este volumen crecería a seis millones de viajeros en el 2010, y que se incrementaría a diez millones para el 2012, alcanzando la cifra de 15.75 millones para 2017. A pesar de estos datos, en la actualidad no se dispone de cifras exactas (Cuamea, 2017).

Ante la oportunidad de hacer negocio y atender este tipo de turismo, a pesar de no disponer de

información adecuada para tomar decisiones a escala global, los nuevos actores que entraron a la escena del turismo médico están realizando acciones para adelantarse y sacar ventaja de esta situación. Las evidencias empíricas apuntan hacia las respuestas locales, regionales o binacionales transfronterizas, más que a una estrategia nacional o internacional dentro de los acuerdos de integración y cooperación comercial. Sin embargo, el futuro del turismo médico y del de salud se antoja promisorio, pues de acuerdo con un sondeo realizado por la Secretaría de Turismo del Estado de Baja California y el Comité de Turismo y Convenciones, en el año 2003 se obtuvieron alrededor de 18 millones de dólares por este concepto (Ramírez, 2016).

De esta manera, vislumbrando el comportamiento de una creciente actividad económica con amplias avenidas para su crecimiento, se caracteriza el servicio médico utilizado por visitantes nacionales y extranjeros como una de las principales razones de cruce fronterizo en el estado. Específicamente, de acuerdo con Ramírez (2016), dichas razones se observan en cuatro principales aspectos.


En primer lugar, el precio que los pacientes deben pagar por la misma atención médica en México, a diferencia que la que deben pagar en los EEUU. Claramente, el primero de los casos queda en total ventaja comparativa, y se torna altamente competitivo en este sentido. En segundo lugar, muchos de los residentes de EEUU carecen de un seguro médico o dental, ya sea por sus altos precios o por la incapacidad económica para adquirirlos por parte de los usuarios potenciales. En tercer lugar, en California (EEUU) se ponen a disposición de los residentes seguros transfronterizos que les permite disfrutar de dichas atenciones médicas a un mejor precio, usuarios cuyas raíces son mexicanas o latinas y quienes no cuentan con la “barrera del idioma” para ser atendidos de manera apropiada. Y por último, el hecho innegable de que en México existe una menor supervisión y disposiciones legales diferentes que permiten tratamientos o medicamentos que en EEUU no sería posible obtener, o que serían, al menos, controlados (Ramírez, 2016).

## **2.1. Turismo médico en México**

La Organización Mundial del Comercio (OMC) establece que la exportación de un servicio existe cuando el pago por este es efectuado por un residente de otro país (figura 1).


- Turismo de salud: es el proceso de salir del país o estado de residencia para recibir tratamientos y cuidados en el extranjero.
- Turismo médico: procedimientos quirúrgicos y tratamientos con medicamentos; procesos de orden ambulatorio (dentales, oftalmológicos y algunos cosméticos).
- Turismo de bienestar: actividades orientadas al relajamiento, cambios de estilos de vida, spas, retiros espirituales, hogares de retiro y asistencia para personas de la tercera edad, entre otros.


Figura 1. Principales indicadores de la industria en México


 Los ingresos por Turismo médico en 2013 alcanzarán un monto de 2,847 MDD.


 -Hospitales certificados SS: 122  
-Hospitales certificados SS (homologados): 115  
-Instituciones certificadas JCI: 10


 TMCA 2013-2016 7.3%

 Estados con oferta de exportación: Nuevo León, Baja California, Baja California Sur, Sonora, Tamaulipas, Chihuahua, Jalisco, Quintana Roo, Yucatán, entre otros.

 Ahorros en servicios médicos en comparación con EUA DE 36% A 89%

 Principales especialidades médicas: cardiología, cirugía cosmética y reconstructiva, salud reproductiva y fertilidad, oncología, ortopedia, odontología, cirugía de columna y cirugía bariátrica.

 Aseguradoras internacionales que han trabajado con hospitales mexicanos: Aetna, BCBS, Coventry Health Care, Humana, Kaiser, Unicare, UnitedHealth, Allianz, RBC, AXA y Bupa

 Principales empresas en México: CHRISTUS MUGUERZA, GRUPO ÁNGELES, CIMA, GALENIA, PUERTA DE HIERRO, SAN JAVIER, TEC SALUD, GINEQUITO, OCA, ABC, EXCEL, SIMNSA, DOCTORS HOSPITAL, STAR MÉDICA, ALMATER, POLIPLAZA, HISPANO AMERICANO, ENTRE OTROS.

Fuente: PROMEXICO, 2013

Entre los principales proveedores de exportación de servicios de salud destacan México, India, Colombia, Israel, entre otros (figura 2). En la siguiente tabla se presenta un rango de ahorros en servicios de salud que pueden obtener un paciente estadounidense si viajan a otro país a recibir el servicio. Asimismo, se presenta un rango de horas de viaje en avión promedio que tendría que hacer el paciente para llegar al país en cuestión (PROMÉXICO, 2013).

Figura 2. Comparativo de ahorro en procedimientos médicos por país en 2013

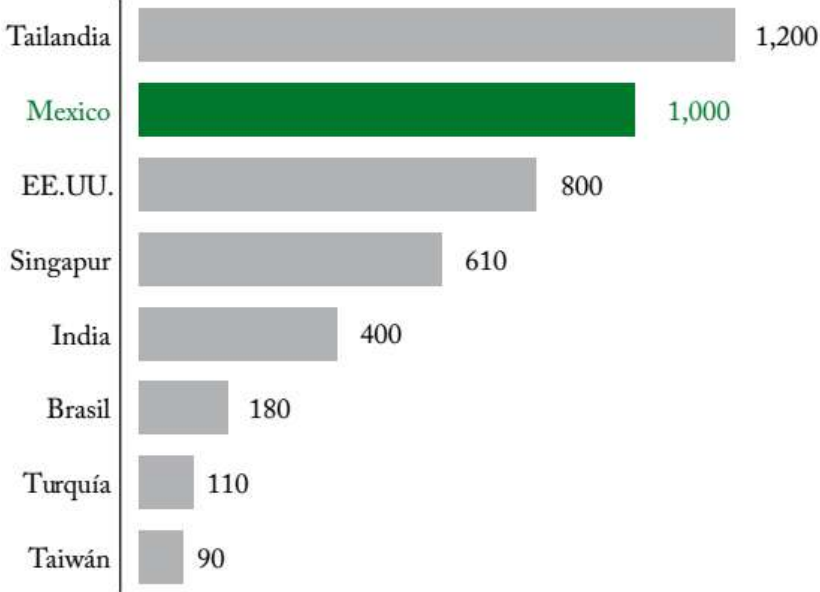
PAÍS	RANGO DE AHORROS EN PROCEDIMIENTOS MÉDICOS	HORAS DE VIAJE	
		MÍNIMO	MÁXIMO
Colombia	55%-92%	05:00	08:40
Costa Rica	44%-89%	04:00	06:45
India	50%-97%	14:10	19:40
Israel	19%-86%	11:50	16:40
Jordania	14%-91%	12:00	18:10
Corea del Sur	50%-85%	13:20	15:00
<b>México</b>	<b>36%-89%</b>	<b>02:40</b>	<b>05:20</b>
Tailandia	30%-93%	19:40	21:40

Fuente: PROMEXICO, 2013 con datos de Medical Tourism Association

En el caso de México, como en otros de los principales destinos de turismo médico en el mundo, no existen registros oficiales de la exportación de servicios de salud. Tampoco existe un reporte del monto de importación de dichos servicios por parte de EEUU., país que se considera como el principal consumidor de turismo médico de México (figura 3).

México es el segundo destino de Turismo Médico en el mundo. De acuerdo a Patients Beyond Borders, México atrae a más de un millón de pacientes extranjeros al año, muchos de los cuales son de origen hispano principalmente de los estados de California, Arizona y Texas (PROMÉXICO, 2013).

Figura 3. Principales destinos de turismo médico en 2012 (Miles de Pacientes)



Fuente: Patients Beyond Borders

Gran parte de la oferta de turismo médico en México está formada por clínicas y centros de especialidades médicas. Dichas clínicas tratan a miles de viajeros médicos anualmente, y muchos de sus pacientes regresan cada año para hacerse exámenes generales, limpiezas dentales, exámenes físicos y otros tratamientos que pueden obtener a precios más bajos que en los Estados Unidos, Europa o hasta en algunos países de Asia (PROMÉXICO, 2013).

Algunas de las especialidades de turismo médico en que México destaca son: cardiocirugía, cirugía plástica, oftalmología, oncología, odontología, gastrocirugía, biología de la reproducción, traumatología, ginecología, entre otros (figura 4) (PROMÉXICO, 2013).

Figura 4. Servicios de turismo médico en México



Procedimientos	Procedimientos
Bypass coronario	Implantes mamarios
Angioplastia	Rinoplastia
Reemplazo de válvula del corazón	Lifting facial
Reemplazo de cadera	Histerectomía
Acondiciamiento de cadera	Tratamientos para fertilidad
Reemplazo de rodilla	Tratamientos oncológicos
Fusión espinal	Tratamientos para enfermedades degenerativas
Implante dental	Cirugía para ojos
Banda gástrica	Diagnósticos y exámenes de salud

Fuente: PROMEXICO, 2013

Entre los factores que han contribuido a este incremento se encuentran, la calidad del capital humano, las crecientes mejoras en la infraestructura médica del país, lo costos de servicios relativamente bajos, la tendencia creciente de los estadounidenses de buscar ahorros en servicios de salud, entre otros. Alrededor de diez estados del país tienen clústeres médicos que agrupan aproximadamente sesenta hospitales que exportan servicios de salud. Además, existen otros hospitales y clínicas que, aunque no están agrupados en clústeres, proveen de servicios de salud a extranjeros (PROMÉXICO, 2013).

De acuerdo la Secretaria de Turismo, los principales destinos para el turismo médico son (Figura 5): Tijuana, Mexicali, Ensenada, Rosarito, Tecate, Ciudad Juárez, Navojoa, Hermosillo, Reynosa, Matamoros, Nuevo Laredo, Cd. De México, Monterrey, Cancún, Guadalajara, San Luis Potosí, Puebla, Querétaro. En estas ciudades, las instituciones de salud cuentan con las especialidades de mayor demanda (PROMÉXICO, 2013).

Figura 5. Clúster de salud en México



Fuente: Consejo de Promoción Turística de México

En 2011 el país contaba con un personal médico conformado por un total de 71,717 personas y personal no médico (auxiliares de tratamientos, personal paramédico y administrativo) de 85,760 personas, en establecimientos particulares (figura 6 y 7) (PROMÉXICO, 2013).

Figura 6. Personal médico según tipo de establecimientos particulares al 2011



Fuente INEGI, 2010



Figura 7. Principales estados por personal médico en establecimientos particulares al 2011

ESTADO	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Nuevo León	13,958	19.5%
Edo de México	8,394	11.7%
Jalisco	7,356	10.3%
Distrito Federal	7,089	9.9%
Guanajuato	3,589	5.0%
Chihuahua	3,401	4.7%
Sonora	2,794	3.9%
Puebla	2,579	3.6%
Michoacán	2,401	3.3%
Resto del país:	20,156	28.1%
<b>Total</b>	<b>71,717</b>	<b>100%</b>

Fuente INEGI, 2010

En 2011, las instituciones de salud privadas en México contaron con casi 13.5 mil consultorios (62% son de especialidades) y 34,807 camas (18% de Ginecobstetricia, 15% de cirugía y 14% de medicina interna). También se registraron 4,882 quirófanos, 1,344 unidades de cuidados intensivos, 883 laboratorios de análisis clínicos, 225 laboratorios de anatomía patología, 301 equipos de diálisis y 276 equipos de tomografía axial computarizada. Asimismo, existen 91 hospitales privados y universitarios que cuentan con más de 40 camas que pueden ser utilizados para la exportación de servicios (PROMÉXICO, 2013).

México es la opción para que pacientes de EEUU y Canadá obtengan servicios de salud de alta calidad fuera de sus países de origen. Las principales ventajas competitivas de la industria mexicana de servicios de salud de exportación son: infraestructura de vanguardia, amplia base de capital humano especializado, variedad de procedimientos y tratamientos, precios competitivos, ubicación geográfica, relativa afinidad cultural, entre otros (PROMÉXICO, 2013).

Dependiendo del procedimiento de salud que requiera el paciente estadounidense, México ofrece ahorros de entre el 36% y el 89% del costo en EE. UU. El Bypass cardiaco en EEUU cuesta aproximadamente 144,000 dólares mientras que el mismo procedimiento en México cuesta 27,000 dólares, lo que significa un ahorro de 117,000 dólares (PROMÉXICO, 2013).

### 3. Metodología

Con el propósito de caracterizar el perfil de los visitantes que realizan consultas odontológicas, así como de sus motivaciones y patrones de consumo en la ciudad, se diseñó un cuestionario en el que se midieron las actitudes y motivos mediante escala de Likert para cada factor definido, abriendo la posibilidad para preguntas abiertas para considerar factores no incluidos en el cuestionario que no se identificaron en la investigación y entrevistas de profundidad.

Se utilizó el método Cuantitativo:

Medida mediante muestreo probabilístico:

Se realizó una encuesta con un tamaño de muestra de 64 turistas para la encuesta con una confianza de 90% y un error estadístico de  $\pm 10\%$ . El tamaño de muestra para un muestreo aleatorio simple es la siguiente (Cochran, 1977):

$$n_{mas} = \frac{\frac{Z^2 PQ}{\varepsilon^2}}{1 + \frac{1}{N} \left( \frac{Z^2 PQ}{\varepsilon^2} - 1 \right)} \approx 64 \text{ turistas}$$

$n_{mas}$  = Tamaño de muestra para un Muestreo Aleatorio Simple,

$Z = 1.64$  Confianza, valor normal de la abscisa en la curva normal,

$\varepsilon = \pm 10\%$  Error estadístico máximo absoluto,

$P = 50, Q = 50\%$ ,

$N$  = Turistas que realizan una cita medica.

La técnica de Muestreo fue Submuestreo Aleatorio Estratificado Probabilístico con selección sistemática proporcional por tamaño (PPT) de las Unidades Primarias de Muestreo (UPM) y con regla de Kish de las Unidades Secundarias de Muestreo (USM). Se estratificó por consultorios, las unidades primarias de muestreo (UPM) son los turistas.

Para la recolección de los datos, se aplicó un cuestionario estructurado y una entrevista semiestructurada a informantes claves. Las fechas de aplicación y análisis fueron de enero a marzo de 2019. Para el procesamiento del cuestionario, se utilizó el programa Statistic Package Social Science© (SPSS©); posteriormente se elaboraron tablas y gráficos. La entrevista semiestructurada permitió fortalecer las respuestas de los turistas.

Consideraciones éticas. Esta investigación fue desarrollada bajo diversos principios éticos. El principio de autonomía se respetó al aclararle a cada persona sus posibilidades de aceptar o negar su participación voluntaria en el estudio o la posibilidad de solicitar, en cualquier momento, ser excluido de la investigación. Además, se garantiza la beneficencia y no maleficencia, desde el objetivo general de la investigación. También, a cada informante se le explicó la naturaleza y la finalidad de la investigación.

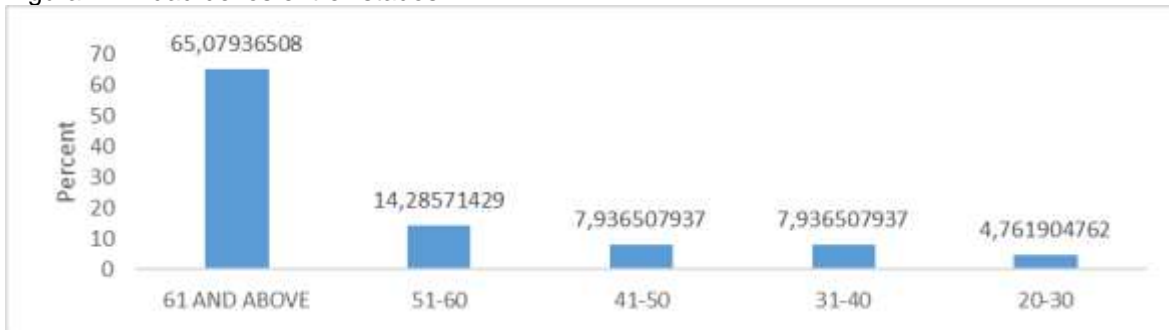
### 3.1. Área de estudio

Puerto Vallarta es un municipio y ciudad turística del estado de Jalisco, México, en la Bahía de Banderas, en el Océano Pacífico. En el 2010 Puerto Vallarta contaba con una población estimada 137,779 hombres y 137,861 mujeres con un total de 275,640 personas y más de 4,028,318 millones de turistas extranjeros anuales en 2017 (SECTURJAL, 2017). Es la segunda zona económica más importante del estado de Jalisco y el tercer puerto más importante de México. Actualmente, es uno de los lugares más visitados del país.

## 4. Resultados

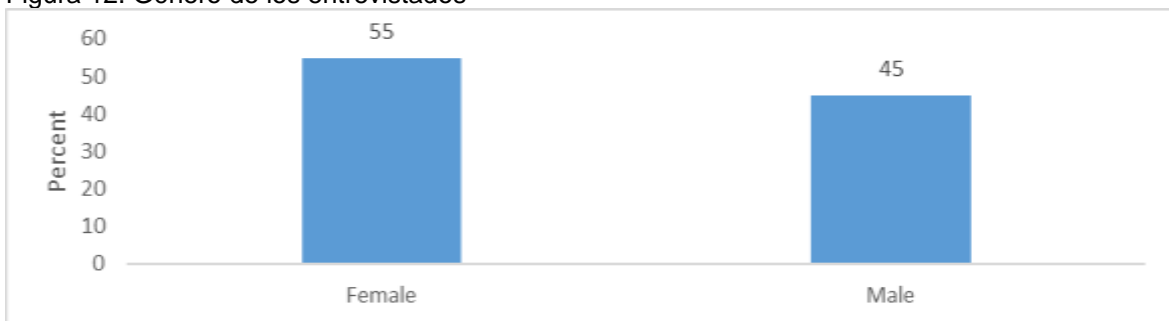
Respecto a las edades de los pacientes que buscan un tratamiento dental en Puerto Vallarta, un 4.7% es de 20 a 30 años, un 7.9% oscila entre los 31 y 40 y el mismo porcentaje en las personas de 41 a 50 años. El 65% son personas de 61 años en adelante, lo que corresponde a personas de la tercera edad.

Figura 11. Edad de los entrevistados



Fuente: Elaboración propia

Figura 12. Género de los entrevistados



Fuente: Elaboración propia

A pesar que no existe una gran diferencia de la afluencia de pacientes del género masculino y femenino, sobresale el género femenino con un 55% mientras que el 45% corresponde al género masculino.

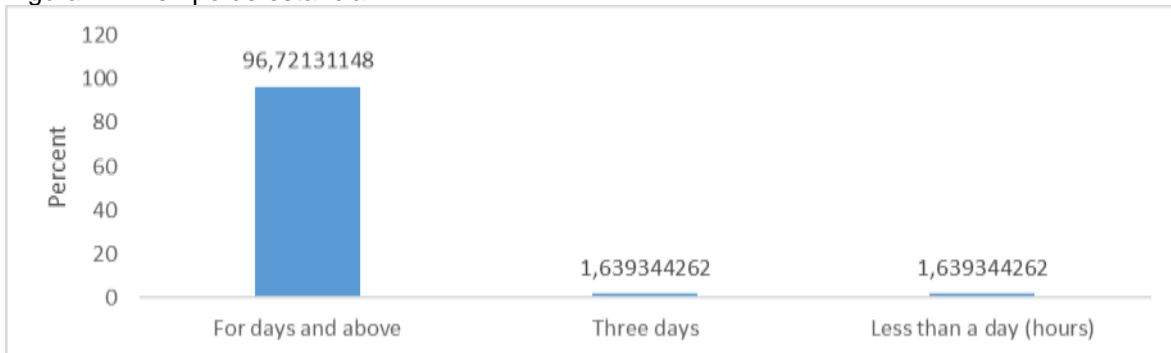
Figura 13. Tipo de visitantes



Fuente: Elaboración propia

Respecto al tipo de visitantes que recibe Puerto Vallarta y realizan algún tratamiento dental, podemos apreciar claramente en la gráfica que sobresalen los turistas con un 96.55% y tan solo el 3.44% son excursionistas.

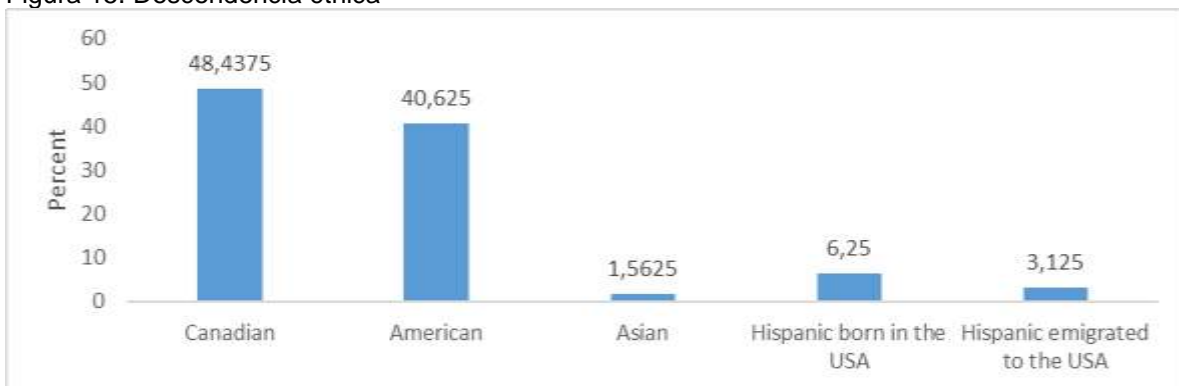
Figura 14. Tiempo de estancia



Fuente: Elaboración propia

El tiempo de estadía de los pacientes que se quedan en el destino menos de 1 día corresponde al 1.6%, los que permanecen en el destino de 1 a 3 días corresponde también al 1.6% y en su mayoría con un 96.7% su estancia es de 4 días o más.

Figura 15. Descendencia étnica



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la descendencia étnica, Puerto Vallarta recibe asiáticos, hispano nacido en Estados Unidos, hispanos que emigraron a estados Unidos, sin embargo, la mayoría son canadienses con un 48.4 % y el 40.6 % son americanos.

Figura 16. Método de pago por servicios dentales



Fuente: Elaboración propia

La minoría de los pacientes entrevistados tienen seguro de gastos médicos, y a pesar que es mucho más sencillo pagar con tarjeta de débito o crédito la mayoría elige pagar con dinero en efectivo.

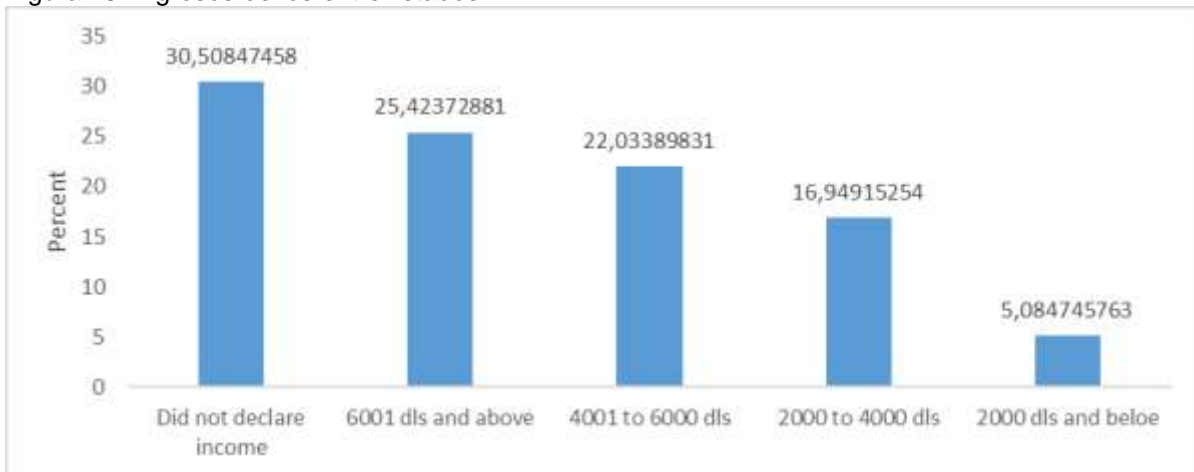
Figura 17. Ocupación de los entrevistados



Fuente: Elaboración propia

Un 50.79 % de los pacientes son personas retiradas, un 30.17 % trabajan por su propia cuenta, un 14.28% son empleados, 3.17% estudiantes y el 1.5% amas de casa.

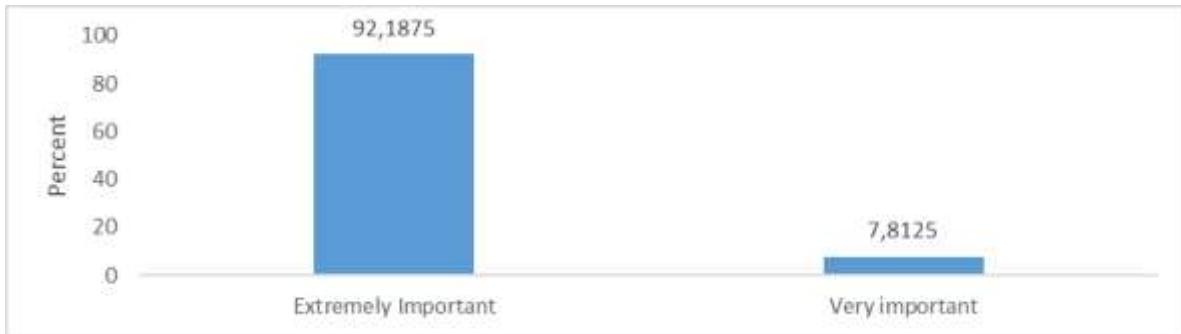
Figura 18. Ingresos de los entrevistados



Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los pacientes no declara ingresos mensuales. Un 25.42% recibe 6,001 dólares o más y solo un 5% recibe menos de 2,000 dls.

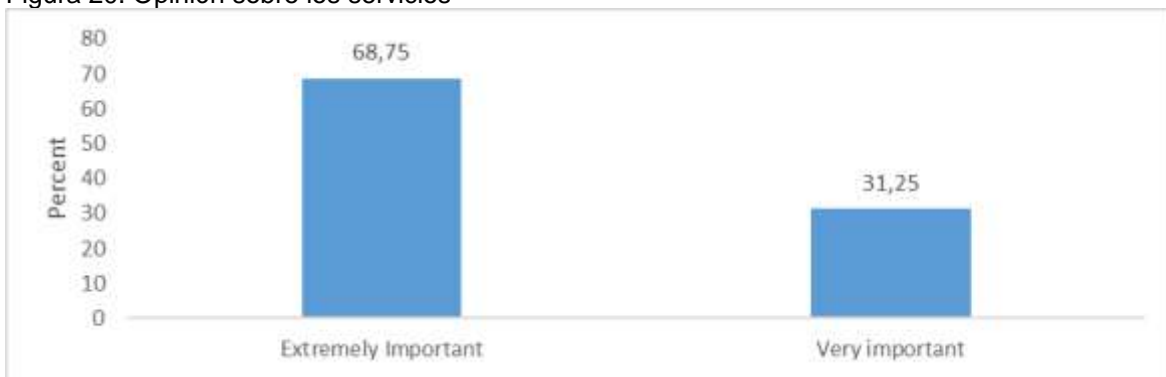
Figura 19. Opinión sobre la limpieza



Fuente: Elaboración propia

La limpieza es un factor muy importante para todas las personas principalmente si se trata de recibir una consulta médica. Claramente se puede observar en la gráfica anterior que para el 7.8% de los pacientes la limpieza es muy importante y para el 92.18% es extremadamente importante.

Figura 20. Opinión sobre los servicios



Fuente: Elaboración propia

El servicio proporcionado por el personal de los establecimientos médicos también resulta muy importante, como resultado, en la gráfica anterior se puede observar que para el 31.25 % es muy importante y más de la mitad 68.75 % es extremadamente importante.

Figura 21. Opinión sobre el cuidado



Fuente: Elaboración propia

El cuidado que proporciona el personal de los hospitales es importante para el 3.12 % de los pacientes, el 17.18 % opina que es muy importante, sin embargo, la mayoría de ellos con un total de 79.68 % respondió que es extremadamente importante.

Figura 22. Opinión sobre la calidad

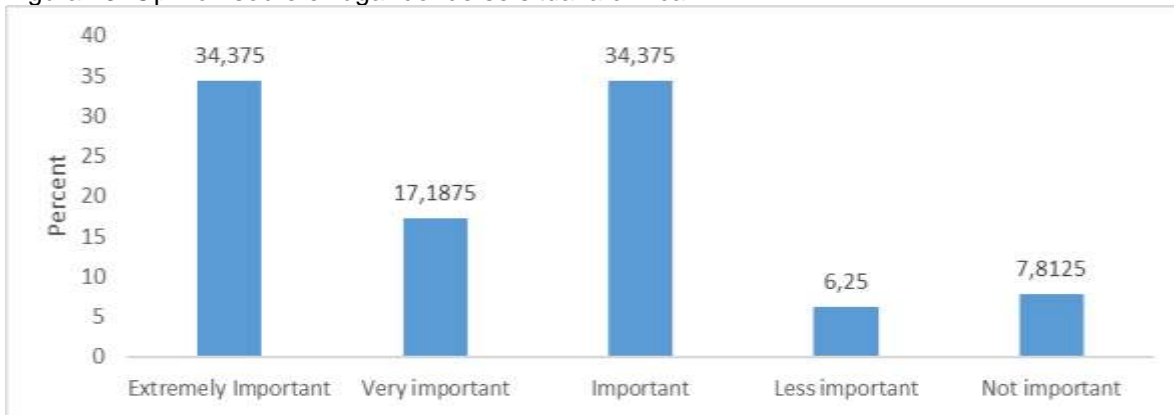




Fuente: Elaboración propia

Para el 72.13 % de los pacientes opina que es extremadamente importante la calidad que a ellos les gustaría percibir, el 24.59% opina que es muy importante y un 3.27% opina que es solo importante.

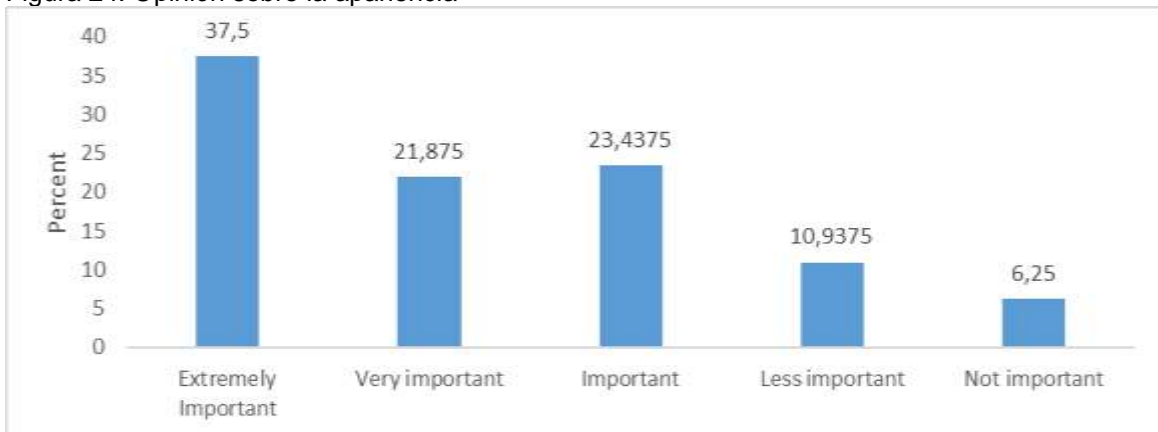
Figura 23. Opinión sobre el lugar donde se sitúa la clínica



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica anterior se puede observar que para algunos no importa la locación de los establecimientos con un 7.81%, para un 6.25 % no es importante, sin embargo, para el 34.37 % es extremadamente importante.

Figura 24. Opinión sobre la apariencia



Fuente: Elaboración propia

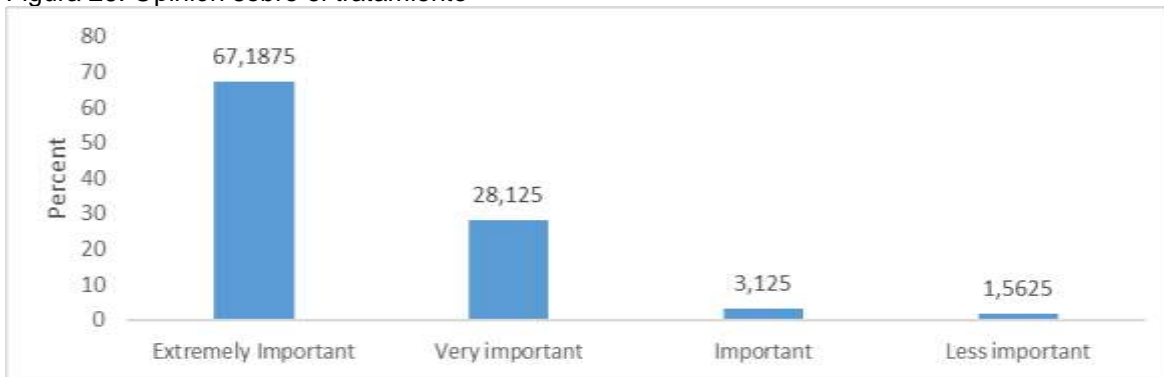
Figura 25. Opinión sobre la tecnología



Fuente: Elaboración propia

En la actualidad la tecnología es muy importante en cualquier rubro y en el área de la salud no es una excepción. En la gráfica anterior se puede observar que el 81.25% de los pacientes opina que es extremadamente importante en el uso de la tecnología en los procedimientos dentales, 15.62% opina es muy importante, y solo el 3.12% considera la tecnología importante.

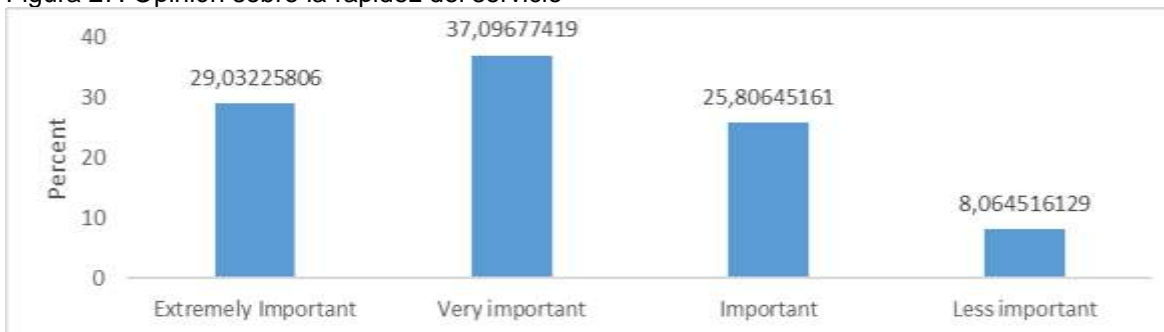
Figura 26. Opinión sobre el tratamiento



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica anterior se puede observar que para más de la mitad de las personas entrevistadas es extremadamente importante el seguimiento del tratamiento con un 67.18%, el 28.12% menciona es muy importante, el 3.12% cree es importante y tan solo el 1.56% menciona es menos importante.

Figura 27. Opinión sobre la rapidez del servicio



Fuente: Elaboración propia

Para el 37.09% de las personas la rapidez del servicio es muy importante, sin embargo, un menor porcentaje 29.03% opina que es extremadamente importante, 25.80% considera es importante y tan solo el 8.06% cree la rapidez del servicio es menos importante. Sin embargo, ninguno de ellos respondió que no les importa este punto.

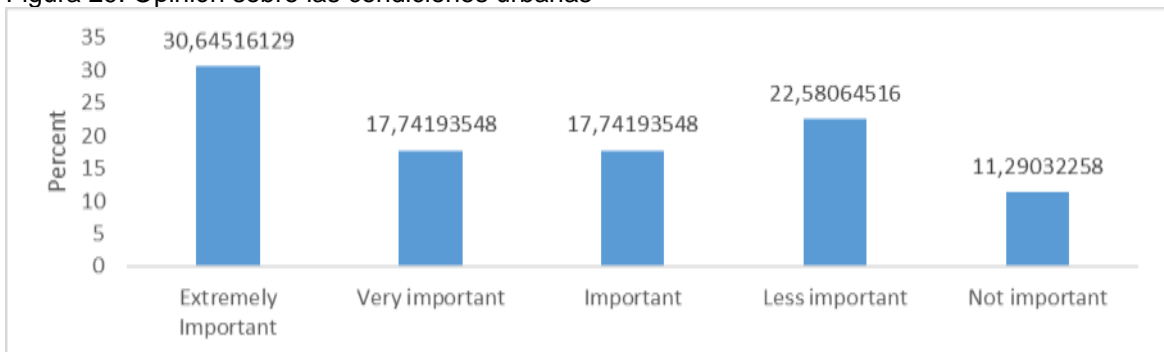
Figura 28. Opinión sobre el pago de servicios



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica anterior se puede observar que el 36.50 % de los pacientes entrevistado opina que el precio por separado de cada tratamiento es extremadamente importante mientras que tan solo el 1.58% opina que este punto no es importante.

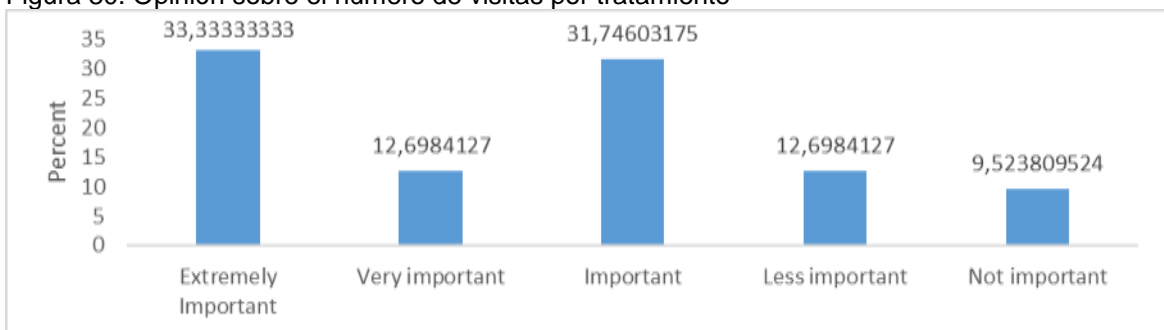
Figura 29. Opinión sobre las condiciones urbanas



Fuente: Elaboración propia

En el caso de las condiciones urbanas, el sonido y las señalizaciones hay más variedad de respuestas ya que para el 11.29% no es importante. Sin embargo, la mayoría 30.64 considera es un aspecto extremadamente importante.

Figura 30. Opinión sobre el número de visitas por tratamiento



Fuente: Elaboración propia

Respecto al número de visitas por cada tratamiento un 33.33% considera es extremadamente importante. Una menor cantidad de pacientes cree que es muy importante con un total de 12.69%, el 31.74% considera es importante y al 9.52% no les importa mucho el número de visitas.

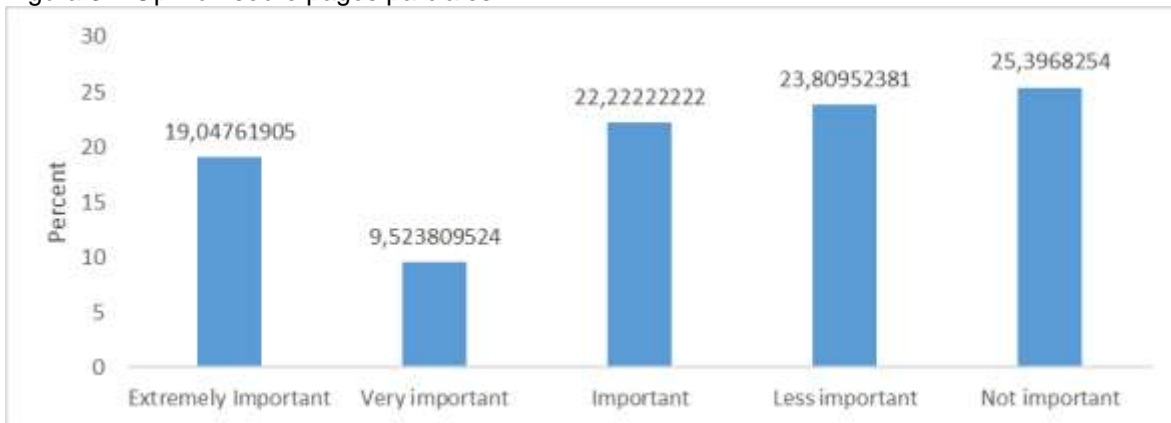
Figura 31. Opinión sobre el costo del tratamiento



Fuente: Elaboración propia

A pesar que en el extranjero es más costoso un tratamiento médico, el 38.09% de los pacientes opina que el costo sigue siendo un factor extremadamente importante para ellos y tan solo el 1.58% considera que no es importante.

Figura 32. Opinión sobre pagos parciales



Fuente: Elaboración propia

Respecto al pago parcial de los tratamientos en cada visita al dentista no es muy importante para el 25.39% de los pacientes, para el 23.80% es menos importante y el 19.04% considera que es extremadamente importante.

## 5. Conclusiones

Con los datos recabados en las encuestas aplicadas en distintos hospitales, consultorios y clínicas dentales se concluye que un porcentaje muy similar de hombres y mujeres realizan una consulta dental o tratamiento dental. El 96.55% de las personas que visitan Puerto Vallarta son turistas, y una gran cantidad de ellas son personas retiradas y mayores de 61 años, por lo tanto, la mayoría de ellos son personas de la tercera edad.

Por otra parte, la estadía de casi el cien por ciento de los pacientes es de cuatro días o más lo que arroja como resultado una derrama económica no sólo en el área de la salud sino también en la hostelería, transporte, entre otros.

En la actualidad es mucho más seguro usar tarjetas de débito o crédito que usar efectivo, sin embargo, como conclusión respecto al método de pago la mayoría de los pacientes prefiere pagar con dinero en efectivo.

Las encuestas se realizaron en el mes de febrero y marzo del 2019 y los resultados mostraron que el porcentaje de personas provenientes de Canadá y que realizan un tratamiento o consulta dental es más alto que las personas que vienen de los Estados Unidos, y la mayoría de ellos no declara ingresos, pero una cuarta parte de ellos recibe la cantidad de 6,000 dólares mensuales o más. Algunos factores importantes para los pacientes a la hora de elegir un consultorio, hospital o clínica dental son la rapidez del servicio, la tecnología, el precio, entre otros.

La limpieza juega un papel muy importante especialmente en el área médica y de la salud. Para los turistas y excursionistas que visitan Puerto Vallarta, es uno de los factores más importantes, así como la tecnología empleada en los procedimientos dentales. De acuerdo a la ubicación y la apariencia de estos establecimientos la mayoría de los pacientes considera es extremadamente importante o muy importante, sin embargo, muchos de ellos no parecen tan exigentes en este aspecto y consideran que es menos importante o realmente no importante.

Respecto al precio de los tratamientos dentales, está claro que en el extranjero su costo es muy elevado por lo que realizarlo en México resulta más económico, sin embargo, los pacientes consideran que el costo también es extremadamente importante.

Más del cincuenta por ciento de las personas entrevistadas menciono que la rapidez del servicio también es extremadamente importante ya que son turistas y no planean una estadía muy larga para algunos tratamientos que puedan demorar más tiempo.

No cabe duda que cada uno de los puntos evaluados en las encuestas son factores importantes para los pacientes y destaca a Puerto Vallarta como un destino competitivo en turismo médico ya que los hospitales, clínicas y consultorio dentales están a la vanguardia.

## Referencias

Álvarez, M., Chanda, R., Smith, R. (2011). "The potential for bi-lateral agreements in medical tourism: a qualitative study of stakeholder perspective from UK and India". *Globalization and health*, 2011, 7, 11.

Cochran, W. G. (1977). "Sampling Techniques", 3a. ed., usa, John Wiley & Sons, Inc.

Cuamea, O.; Morgan, J.; Estrada, A. (2017). "Dental tourism: key factors that influence the selection of a dental clinic in a border region". *International Journal of Advanced Research*. Vol. 5, Num. 7. Pp. 2713 – 2721. Article DOI:10.21474/IJAR01/5015 ISSN: 2320-5407

Hudson, S. y Xiang, R. (2012). "Domestic medical tourism: A neglected dimension of medical tourism research". *Journal of hospitality, marketing & management*. 21:227-246, 2012.

Johnston, R., Crooks, V., Adams, K., Snyder, J., Kingsbury, P. (2011). "An industry perspective on Canadian patient's involvement in Medical Tourism: Implications for public health". *BMC public health*. 2011, 11:416.

Johnston, R., Crooks, V., Adams, K., Snyder, J., Kingsbury, P. (2010). "What is known about the effects of medical tourism in destination and departure countries? A scoping review". *International journal for equity and health*. 2010, 9:24.

PROMEXICO, (2013). "Turismo de Salud". SECTUR, SALUD y SE. Primera edición, Ciudad de México

Puertovallarta.net (2018). Turismo Médico y Puerto Vallarta  
<https://www.puertovallarta.net/espanol/salud/turismo-medico-puerto-vallarta>

Ramírez, J. (2016). "Análisis del Turismo de Salud en el Área Metropolitana de Bucaramanga con los Países Miembros de la Alianza del Pacífico". *Económicas CUC*, 37(2), 69- 88. DOI: <http://dx.doi.org/10.17981/econcuc.37.2.2016.04>

SECTURJAL, (2017). "Estadísticas del sector turístico". Anuario estadístico. Gobierno del Estado de Jalisco.

Youngman, I. (2009). "Medical Tourism statistics: why McKinsey got it wrong". *International Medical Travel Journal*.

## Anexo

Appreciable medical patient, I am a University of Guadalajara student, this survey is completely confidential, for purely academic purposes, we would appreciate your time and willingness to answer the following questions.

### Demographics

**Age** 1\_\_20 to 30 2\_\_31 to 40 3\_\_41 to 50 4\_\_51 to 60 5\_\_61 and above

**Gender** 1\_\_Male 2\_\_Female

**Type of visitor** 1\_\_Tourist 2\_\_Excursionist

**Length of stay** 1\_\_Less than a day (hours) 2\_\_Two days 3\_\_Three days 4\_\_Four days and above

**Ethnic profile** 1\_\_Hispanic emigrated to the US 2\_\_Hispanic born in the US 3\_\_Asian  
4\_\_American 5\_\_Canadian 6\_\_Mexican

**Method of payment** 1\_\_Cash 2\_\_Credit or debit card 3\_\_Medical insurance

**Occupation** 1\_\_Self-employed 2\_\_Employee 3\_\_Student 4\_\_Home 5\_\_Retired

**Monthly income (US dollars)** 1\_\_\$2,000 dollars and below 2\_\_\$2,000 to \$ 4,000 3\_\_\$4,001 to \$6,000 4\_\_\$6,001 and above 5\_\_Did not declare income

### How important are the following issues for you?

#### 1 Cleanliness of the clinic

1 = Not important. 2 = Less important 3 = Important 4 =Very Important 5= Extremely Important

#### 2 Service provided by staff

1 = Not important. 2 = Less important 3 = Important 4 =Very Important 5= Extremely Important

#### 3 Care provided by staff

1 = Not important. 2 = Less important 3 = Important 4 =Very Important 5= Extremely Important

#### 4 Quality perceived by the patient

1 = Not important. 2 = Less important 3 = Important 4 =Very Important 5= Extremely Important

#### 5 Location of the clinic in the city

1 = Not important. 2 = Less important 3 = Important 4 =Very Important 5= Extremely Important

#### 6 Exterior Appearance of facilities (Facade)

1 = Not important. 2 = Less important 3 = Important 4 =Very Important 5= Extremely Important

#### 7 Technology used for dental procedures

1 = Not important. 2 = Less important 3 = Important 4 =Very Important 5= Extremely Important

#### 8 Treatment follow-up

1 = Not important. 2 = Less important 3 = Important 4 =Very Important 5= Extremely Important

#### 9 Swiftness of service

1 = Not important. 2 = Less important 3 = Important 4 =Very Important 5= Extremely Important



**10 Price of separate treatments**

1 = Not important. 2 = Less important 3 = Important 4 =Very Important 5= Extremely Important

**11 Urban signs, traffic volume and street conditions**

1 = Not important. 2 = Less important 3 = Important 4 =Very Important 5= Extremely Important

**12 Number of visits per treatment**

1 = Not important. 2 = Less important 3 = Important 4 =Very Important 5= Extremely Important

**13 Total cost of treatment**

1 = Not important. 2 = Less important 3 = Important 4 =Very Important 5= Extremely Important

**14 Partial Payment on each visit**

1 = Not important. 2 = Less important 3 = Important 4 =Very Important 5= Extremely Important