



XII CONFERENCIA INTERNACIONAL DE CIENCIAS EMPRESARIALES
(CICE 2019)

IX TALLER INTERNACIONAL DE HOTELERÍA Y TURISMO
(HOTELTUR 2019)

Título

**El turismo médico: percepción de calidad del turista médico como
medio para incrementar la competitividad**

Title

*Medical tourism: perception of quality of the medical tourist as a means to
increase competitiveness*

Rodolfo Arias Becerra¹, Luz Amparo Delgado Díaz²

Resumen

La economía mundial se ha reconfigurando hacia la globalización: países, regiones e industrias se desplazan hacia actividades de mayor valor agregado, es decir, hacia la modernización económica, la cual estimula la innovación, la competitividad entre industrias, el incremento de mano de obra calificada, así como un mayor uso de tecnología y el uso intensivo del conocimiento. Puerto Vallarta es un puerto turístico de sol y playa exitoso en México y el extranjero, sin embargo, se considera imperativo que diversifique y fortalezca su oferta turística. El turismo médico es un producto turístico en auge y con potencial de desarrollo futuro; esto exige a sus ofertantes que incrementen esfuerzos para ser competitivos, consolidando sus cadenas de valor para competir en el mercado global, por tanto, el **objetivo** de la presente investigación es conocer al turista médico que visita actualmente Puerto Vallarta; sus expectativas, sus percepciones, el valor agregado que percibe, su satisfacción actual y la lealtad a la marca Puerto Vallarta para realizar turismo médico. Esta investigación recae en la connotación de la importancia del cliente como piedra angular para el éxito de todo mercado. **La metodología** emplea un polo cualitativo, es de tipo

¹ Estudiante de maestría en administración de negocios. Rodolfo Arias Becerra. Centro Universitario de la Costa, México. rudu_502@hotmail.com

² Profesora investigadora de la Universidad de Guadalajara, Dra. Luz Amparo Delgado Díaz. Centro Universitario de la Costa, México. Delgado@cuc.udg.mx.



**II Convención Científica Internacional 2019
CIENCIA Y TRANSFORMACIÓN SOCIAL PARA EL
DESARROLLO SOSTENIBLE
Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas**



descriptiva, el muestreo se realizó con base en una entrevista semi estructurada y para la recolección de la información se utilizaron encuestas. **Resultados;** la presente investigación brindo información valiosa para crear estándares, mejorar procesos administrativos y de marketing en organizaciones de salud privada dirigidas a este mercado, con la finalidad de mejorar la experiencia del paciente médico extranjero.

Palabras Clave: Turismo Medico; Competitividad; Calidad en el servicio; Cadena de valor; Producto turístico.

Abstract

The global economy has been reconfiguring towards globalization: countries, regions and industries are moving towards higher value-added activities, that is, towards economic modernization, which stimulates innovation, competitiveness among industries, the increase of skilled labor, as well as a greater use of technology and the intensive use of knowledge. Puerto Vallarta is a successful sun and beach tourist port in Mexico and abroad, however, it is considered imperative that it diversify and strengthen its tourist offer. Medical tourism is a tourism product on the rise and with potential for future development; This requires its suppliers to increase their efforts to be competitive, consolidating their value chains to compete in the global market, therefore, the objective of this research is to know the medical tourist who currently visits Puerto Vallarta; their expectations, their perceptions, the added value they perceive, their current satisfaction and the loyalty to the Puerto Vallarta brand for medical tourism. This research falls on the connotation of the importance of the customer as a cornerstone for the success of any market. The methodology uses a qualitative pole, is descriptive, the sampling was made based on a semi-structured interview and for the collection of information, surveys were used. Results; the present investigation provided valuable information to create standards, improve administrative and marketing processes in private health organizations aimed at this market, in order to improve the experience of the foreign medical patient.



II Convención Científica Internacional 2019
CIENCIA Y TRANSFORMACIÓN SOCIAL PARA EL
DESARROLLO SOSTENIBLE
Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas



Keywords: *Medical tourism; Competitiveness; Quality in the service; Value chain; Tourist product.*

Eje Temático: Turismo y Marketing