

DOI: 10.2436/20.8070.01.13

Turismo médico en Los Algodones, Baja California, México: exploración del capital humano

Sonia Guadalupe Zermeño-Flores

Maestra en Administración, especialidad en Recursos Humanos. PTC adjunto a la carrera de Ingeniería Industrial en Manufactura, Universidad Estatal de Sonora, Plantel San Luis Río Colorado, Sonora.

E-mail: soniagpez@gmail.com

Francisco Arturo Bribiescas-Silva

Doctor en Ciencias de la Administración. PTC adscrito a Ciencias Administrativas, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Ciudad Juárez, Chihuahua, México.

E-mail: frankbribiescas@gmail.com

Resumen

El presente documento es una exploración del capital humano (CH) de los profesionistas de salud respecto a la capacitación y el desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes en la prestación de servicios médicos al paciente-turista de Vicente Guerrero, mejor conocido como Los Algodones (LAL) en el Estado de Baja California. Éste se distingue por ofrecer a los visitantes que llegan principalmente del norte de Estados Unidos y Canadá durante la temporada de invierno servicios de salud, especialmente en el campo de la higiene dental y la optometría, así como venta de medicamentos. A esto se agregan las estrategias de competitividad en la frontera de Baja California (México) y California (Estados Unidos). El presente artículo es tanto un estudio cuantitativo como cualitativo, que comprende tres etapas. La primera etapa consistió en la revisión de literatura del turismo médico (TM) y sus implicaciones para el capital humano. La segunda etapa fue la consulta de datos básicos de la entidad, que se sometió al análisis estadístico de los profesionistas instalados oficialmente en las empresas que operan en el TM. La tercera etapa se enfocó en la realización de entrevistas a profundidad a profesionistas de la salud de alto prestigio en la sociedad de Los Algodones.

Palabras clave: Turismo médico; Capital intelectual; Capital humano; Norte de México.

Introducción

El turismo médico se ha convertido en el motor de desarrollo de muchos destinos en México, especialmente a lo largo de la frontera con los Estados Unidos, por lo cual necesita impulsarse a través del esfuerzo, la creatividad, los conocimientos y el talento del capital humano (CH).

Se entiende por turismo médico (TM) la actividad económica que proporciona bienes y servicios a extranjeros en el ramo de la medicina preventiva o de diagnóstico, quirúrgica o

terapéutica, incluyendo, según lo expresa Balderas (2014), la compra de medicamentos, tratamientos corporales, servicios ambulatorios dentales, oftalmológicos y de cirugía estética.

El TM ha tenido un alto crecimiento en los últimos años, y se ha situado entre el 20 y 30% a nivel mundial, con ingresos estimados de 100 millones de dólares en el 2012, de acuerdo con la KPMG International, Issue Monitor Sharing Knowledge on Topical Issues in the Healthcare Sector (2011, en Adam, 2011). En México aportó ingresos por 228 millones de dólares en el 2013, con un 3% de incremento anual (Reina, 2014). Dicho aumento fue impulsado en gran parte por la demanda de personas extranjeras, que en sus países de origen se encuentran ante opciones económicamente poco viables, falta de empatía cultural, de calidad en los servicios, límites en la cobertura de seguros médicos, largas listas de espera para ciertas cirugías o nuevos tratamientos que presentan restricciones insalvables (ADAM, 2011; EZAIDI, KABBACHI & YOUSSEI, 2007; YU & KO, 2012).

A esto se añade la posibilidad de recreación que ofrece el país destino, por lo que sus visitantes, provenientes de las zonas frías del norte de los Estados Unidos y de Canadá son atraídos al sur de California y Arizona por el clima más cálido. Los Algodones, estratégicamente localizado en la frontera con los Estados Unidos y a 10 millas de la ciudad de Yuma, Arizona, atrae a estos visitantes con servicios médicos y de salud económicos, rápidos y de alta calidad.

Los Algodones es el poblado más antiguo de Baja California, y en los últimos 30 años se ha convertido en un sitio para obtener servicios médicos de especialidades como la odontología, optometría y venta de fármacos. El tránsito diario de visitantes tuvo un constante crecimiento; sin embargo, se ha observado una inflexión negativa en los últimos diez años debida principalmente a la crisis de Estados Unidos y a la publicidad negativa sobre la seguridad de México (ASPEITIA, 2014). En estas circunstancias, la labor principal para revertir esta tendencia le corresponde, por un lado, a las políticas turísticas públicas, pero por el otro a las acciones y estrategias emprendidas por los especialistas médicos y demás personal relacionado, que conforman el capital humano que posee la ciudad.

Por lo anterior, el CH de los profesionistas de la salud que desarrolla su profesión en la región de Los Algodones mantiene una constante habilitación de sus conocimientos, destrezas y actitudes en especialidades de endodoncia, ortodoncia, cirugía maxilofacial, implantología, especialista en prótesis. Esto contribuye al desarrollo de la actividad turística regional mediante la captación de TM.

Planteamiento del problema

México es un destino muy atractivo para los norteamericanos y canadienses en retiro, principalmente por su cercanía geográfica, clima, bellezas naturales, menor costo de vida y últimamente por servicios médicos y de salud con menores costos y de buena calidad. Desde hace más de 20 años, un creciente número de estadounidenses y canadienses, en su mayoría mayores de 60 años, migra de su residencia a un lugar más cálido durante el invierno para evitar el clima frío: son los denominados *Snowbirds*, que viajan de sus hogares del norte hacia el sur por uno o más meses. Las ventajas que encuentran son: la ubicación geográfica, costos atractivos, atención de primera clase y calidez en el trato personal. Los servicios de mayor demanda son de medicina general, odontología, oftalmología, medicina interna, traumatología-ortopedia y venta de medicamentos (CERVANTES, GONZÁLEZ & LUQUE, 2013).

La temporada más alta de visitantes en este poblado se registra a principios de diciembre, cuando las autoridades municipales dan la bienvenida a los Pájaros de la Nieve (*Snowbirds*). Esta temporada culmina aproximadamente entre marzo y abril, fechas en que se

organiza la fiesta de despedida a los turistas norteamericanos y canadienses, donde se ofrecen bebidas y alimentos gratis, así como eventos culturales.

La fama de Los Algodones (LAL) a nivel internacional es tal que ya es apodada “Ciudad Molar” o *Molar City*, como la nombran los canadienses y norteamericanos que pasean por sus calles. El área habitada se encuentra circundada por terrenos de cultivo, generalmente de algodón, trigo y hortalizas. En el primer cuadro de la ciudad, de apenas cuatro manzanas se localiza la principal actividad económica (Servicios médicos y farmacias) seguida de la venta de artesanías de todo tipo, oferta gastronómica y de licor y cigarros.

Como se pone en relieve, el TM es la fuente económica principal de la ciudad de LAL: la favorecen su envidiable constitución en clúster geográfico médico, la reconocida excelencia de la atención médica y humana, la facilidad de acceso (en gran mayoría en forma peatonal por la frontera de Andrade, California), los precios más económicos de los servicios en comparación con los de Estados Unidos, Canadá y el mismo México, los altos flujos de tráfico en su temporada invernal, entre otras características importantes. Sin embargo, las crisis económicas mundiales y la publicidad negativa de los niveles de seguridad en México han provocado una disminución del tránsito de turistas médicos. Ante estas circunstancias, es importante valorar las acciones que podrían volver a colocar a la ciudad de LAL en la situación privilegiada de los últimos años.

Considerando que el capital humano de los profesionistas de salud es el motor principal para conservar y atraer los flujos de turistas médicos a la región, debe fomentarse su gestión y aprovechamiento para el logro de los objetivos. Esta gestión es estimulada por la profesionalización, el intercambio de experiencias que fomenta el conocimiento colectivo, el desarrollo de destrezas, y la expresión de actitudes éticas; todo esto mejora su capacidad de crear valor al desempeño del trabajo y a las metas de la organización.

Por consiguiente, se ha detectado la necesidad de un trabajo preliminar exploratorio que permita conocer la opinión de los profesionistas médicos sobre la importancia de acrecentar la habilitación de su profesión, así como el uso de conocimientos, habilidades y actitudes para mejorar el servicio al paciente-turista.

Es conveniente plantearnos interrogantes como: ¿cuál es la opinión de los profesionistas médicos sobre el desarrollo de conocimientos, habilidades, y actitudes en la prestación de servicios médicos al paciente-turista de LAL que les ha permitido aumentar el número de pacientes internacionales, y en general el flujo de turistas médicos a la ciudad? y ¿cuál es el tipo de capacitación de los profesionistas de la salud que prestan sus servicios en Los Algodones?

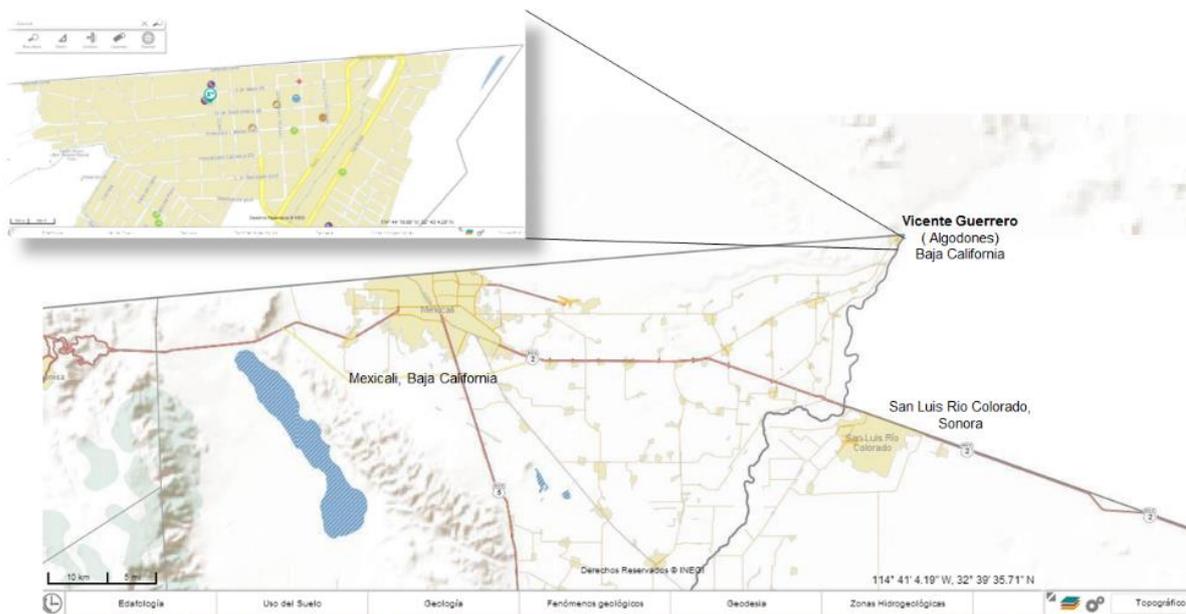
Objetivo general

Explorar el capital humano de los profesionistas de salud respecto a la capacitación y el desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes en la prestación de servicios médicos al paciente-turista de Los Algodones, Baja California.

Marco referencial

El poblado Vicente Guerrero, más conocido como Los Algodones, perteneciente al municipio de Mexicali, cabecera del Estado de Baja California, cuenta con una ubicación geográfica estratégica al localizarse en el extremo noroeste del estado de Baja California (Figura 1), en la división entre los países de México y los Estados Unidos, frontera con Andrade, California, que es la más septentrional de todo México y América Latina. Los Algodones dividen los estados de California y Arizona en los Estados Unidos, y de Baja California y Sonora, en México, como se muestra en la Figura 1.

Figura 1. Mapa de la región de influencia de Vicente Guerrero (Algodones)



Fuente: elaboración propia con base en: INEGI (<http://gaia.inegi.org.mx/mdm6/>) 24 julio 2015.

Los Algodones se sitúa en una zona semidesértica a poco menos de 16 kilómetros de la ciudad de Yuma, Arizona, donde la mayoría de los turistas de invierno suelen pernoctar en parques de casas móviles, así como del poblado de Winterhaven, California. LAL hace frontera con la comunidad de Andrade, California, dividida sólo por el muro fronterizo, en donde no existe una zona habitada, sino sólo la aduana americana y un gran estacionamiento para los vehículos de los turistas que cruzan a pie.

Marco teórico

Capital intelectual

La competencia global y la naturaleza cambiante de las organizaciones y de sus integrantes han encontrado nuevos valores o dimensiones, que requieren una metamorfosis completa de sus estructuras actuales, percepciones y enfoques de gestión. Una de las herramientas que hacen posible esta metamorfosis es el capital intelectual, y de manera particular corresponde al aspecto humano llevar a cabo los cambios y directrices para la creación de valor en las organizaciones, independientemente de su tamaño y de su segmento de actuación (BAUTZER, 2010). La reflexión más sobresaliente es la importancia de centrarse en el conocimiento en las empresas, considerando al capital intelectual, y a uno de sus componentes principales, el capital humano, como un elemento estratégico para la construcción de ventajas competitivas en los negocios de hoy en día.

La capacidad de las organizaciones para ofrecer sus servicios se apunala en sus elementos o recursos tanto físicos como intangibles. Los primeros son rápidamente identificables, por lo contrario, los recursos intangibles son difícilmente cuantificables e identificables, pero es necesario gestionarlos para lograr los fines de la organización. En la nueva sociedad del conocimiento han cobrado vital importancia y son reconocidos en conjunto como capital intelectual, conformados por todos los conocimientos, habilidades, valores y actitudes de las personas que forman parte del núcleo estable de la empresa (capital

humano), así como los sistemas, métodos y formas de trabajo (capital estructural), además de las relaciones que se mantienen con clientes y proveedores (capital relacional) y que a través de su gestión generan valor económico para la organización.

Es así como los conocimientos, relaciones, habilidades, capacidad de adaptación, capacidad para generar estrategias, adaptación al cambio, experiencias, habilidades en el manejo de los sistemas de trabajo, entre otros, son lo que se denomina como capital humano, que tiende a ser valorado como fuente de riqueza, pues permite aumentar la rentabilidad, la competitividad y la innovación en las organizaciones.

Como ya lo visualizó Molina (1987), el turismo debe absorber el excedente del ingreso generado en los sectores primario y secundario de la economía nacional; sin embargo, en México no hay un excedente que permita impulsar el turismo. Por lo tanto, lejos de orientarse hacia el mercado interno, la inversión en este renglón se dirige a la atención de las demandas del mercado internacional. Al convertirse en un sector exportador, debe adecuarse a las necesidades de consumo de los países desarrollados, en especial de Estados Unidos.

En este sentido, las tendencias se dirigen a convertir el capital proporcionado por la fuerza de trabajo en un proceso de gestión conscientemente dirigido, fenómeno del que se han ocupado especialistas como Edvinsson y Malone (1997), Brooking (1997), Rivette (2000), Nonaka y Takeuchi (1994), Klein (1998), Monagas-Docasa (2012) entre otros, que expresan un proceso de desplazamiento del valor de los tangibles o explícitos hacia los activos intangibles.

Capital humano

Como se observa, el capital intelectual está relacionado en su mayor parte con el ser humano y sus capacidades, conocimientos, habilidades y experiencias, pero éstos de nada servirán si no son utilizados para resolver problemas, crear estrategias, producir innovaciones y, en general, un valor agregado al trabajo que se realiza. Así lo estableció Arias (2005) al afirmar que el factor humano en una organización no sólo abarca a los miembros que pertenecen a una empresa, sino al conjunto de saberes, habilidades, actitudes, experiencias, motivaciones y todo aquello que podían aportar a su trabajo. Asimismo, refiere que la característica de ese recurso es que no pertenece a la organización, y cuyos actos son voluntarios, de naturaleza intangible y escasa, pero que pueden incrementarse: de ahí que podrán gestionarse para acrecentarlos para crear ventajas competitivas en las actuaciones de las empresas.

De esta manera la teoría privilegia al capital humano como la piedra angular en la fuente de desarrollo, y por consiguiente como uno de los elementos que inciden en la competitividad de las empresas y de las sociedades. Desde este punto de vista, el capital humano es entendido como los conocimientos, habilidades y capacidades que posee, desarrolla y acumula cada persona, y a través de cuya gestión podrá desarrollar con eficiencia las actividades en las organizaciones donde se desenvuelve. Nava, Esis y Naval (2012) identifican que el conocimiento se refiere al aspecto cognoscente o académico, mientras que la habilidad se relaciona con la práctica. La actitud es constituida por la predisposición mental a agregar valor a los objetivos organizacionales.

De la misma manera, Edvinsson y Malone (1997), señalan que el factor humano en las empresas no sólo hace referencia a reducir al mínimo los costos de los trabajadores, sino se trata de un recurso valioso que las empresas deben atesorar. El término más correcto es el de capital humano, pues apunta a la idea de que puede ser invertido para producir ingresos y otros resultados útiles durante un largo periodo. En este sentido, se identifica como una inversión, un capital, un recurso básico, mismo que, como señala Becker (2002), se vuelve una inversión en conocimientos, formación e información, lo que a su vez permite obtener

mayor rendimiento y productividad en las organizaciones. Por lo tanto, invertir en CH rentabiliza la inversión, y es la punta de lanza para considerarlo como una forma de capital.

De igual forma, Littlewood y Herman (2004, p. 24) indican que “el CH es uno de los factores que contribuye a la competitividad de las organizaciones, puesto que las competencias, los conocimientos, la creatividad, la capacidad para resolver problemas, el liderazgo y el compromiso personal son algunos activos requeridos para enfrentar las demandas de un entorno turbulento y alcanzar la misión organizacional.”

Para Brooking (1997) el CH es considerado como el activo humano con la capacidad de aprender y utilizar el conocimiento. Los indicadores que definen al capital humano son la educación o formación profesional, la capacitación, los conocimientos específicos de trabajo, las habilidades en el desarrollo de las tareas, las actitudes al ofrecer los servicios de trabajo, la capacidad de resolución de los problemas, el liderazgo, trabajo en equipo, estilo de negociación, entre otros.

Ahora bien, los elementos conformadores del CH deben ser gestionados para que tengan las competencias y habilidades que den lugar a un mejor desempeño en la economía del conocimiento. Es a través de la inversión en formación profesional y capacitación que se desarrollan o gestionan las capacidades del capital humano, mismo que será la diferencia en el momento en que se ofrece un servicio, más aún cuando se trata de actividades en donde el recurso intangible marca la diferencia para estimar la calidad de un servicio, como es el caso de las actividades turísticas en los servicios médicos.

Capital humano en el turismo médico

En Francia se define al turismo médico como una “práctica turística cuya motivación es doble, a la vez estancias que integran cuidados curativos prescritos por los médicos, pero también cuidados preventivos por iniciativa del propio paciente.” (EZAIDI, KABBACHI, YOUSSEI, 2007, p. 373). Por otra parte:

In terms of international travel history, medical tourism can be traced back in the time when one considers outbound travel from developing countries, as well as the long history of travel to spas and other historic health and well-being destinations in Europe and Asia. (YU & KO, 2012:81). Medical tourism has emerged from the rapid growth of what has become an industry, where people travel substantial distances to overseas countries to obtain medical, dental and surgical care, while simultaneously being holiday-markers in a more conventional sense. (CONNELL, 2005, p. 99).

El capital humano, que es de naturaleza incorpórea, adquiere mayor relevancia al aplicarse a los servicios, y en especial a organizaciones de servicio médico, donde el valor de toda la empresa recae en el profesionista médico y sus capacidades para otorgar los servicios. Las cuatro cualidades de los servicios por excelencia son: intangibilidad, heterogeneidad, simultaneidad y caducidad, que intervienen en la gestión del capital humano. De tal manera que:

Mexican hospitality firms seeking to get more global should implement more participative leadership focusing on communication strategies. Moreover, they must develop a broader perspective of their own company: it must be clear where they stand and where they want to head. In order to achieve their aims, they must emphasize on their opportunities and strengths by implementing infrastructural platforms for communication as well as empowerment tools to achieve competitive advantages. (Cuevas-Contreras y Huertas 2013, p. 13)

Las entidades de servicios gestionan sus activos intangibles en medida igual o superior que las empresas industriales, en presencia del productor del servicio y del sujeto consumidor en el momento de la prestación del servicio. Gómez García y Becerril (2013, p. 27) señalan que:

Dar soluciones tecnológicas de manera globalizada, con visión etnocultural en el uso de servicios de atención a la salud para turistas, es un reto para el equipo multidisciplinario de salud [...] La concertación con los diferentes actores es la clave para el avance de este tipo de actividad. Debido a la necesidad de contar con un alto nivel de participación de la sociedad en su conjunto.” (Cuevas-Contreras, 2008, p. 450)

Este escenario es deseable en comunidades volcadas al turismo. Lo anterior conlleva que los conocimientos, habilidades, destrezas, experiencias, relaciones interpersonales, la actitud y ética del prestador de servicios se ponga en juego, para alcanzar un alto grado de satisfacción y lealtad de los usuarios de empresas con actividad turística. En consecuencia, estos últimos comunicarán su bienestar a otros posibles usuarios de los servicios de salud, lo cual conducirá a una mayor afluencia turística, y por ende una acrecentada derrama económica para el prestador del servicio y la ciudad en general:

La estrategia de productos es necesaria que sea completada con una dinamización turística. Esto supone apostar por una política municipal elaborada que mejore los servicios y que fortalezca la mayor integración del tejido empresarial, lo que debe ir acompañado de una mayor sensibilización e implicación de la población en el desarrollo turístico de carácter integrado. (López, 2003, p. 125).

Sin embargo, no es suficiente contar con personas competentes, también es preciso utilizar de forma eficiente las competencias de su capital humano, con miras a fortalecer las estrategias empresariales y así mantener ventajas competitivas a largo plazo. El conocimiento, material intelectual en bruto, se transforma para crear valor a los productos y servicios (BAUTZER 2010) propiciando el surgimiento de un nuevo enfoque dentro de la gestión empresarial: la gestión del capital humano. Las empresas vinculadas al turismo de salud se verán beneficiadas introduciendo mecanismos que les permitan identificar, medir y desarrollar ese capital humano, que se constituya en un generador de innovación y ventajas competitivas sostenibles, crecientes y sustentables.

Por otra parte, una adecuada gestión del capital humano fomenta el conocimiento colectivo de los empleados de una organización para mejorar su capacidad de crear valor. Al mismo tiempo, estimula el aprendizaje de cada persona dentro de una organización y fomenta la colaboración del personal de diferentes áreas frente a los principales temas, problemas y productos, para crear nuevo conocimiento y materializar la transformación del conocimiento tácito en conocimiento explícito.

Pregunta de investigación: ¿Cuáles son las condiciones del capital humano de los profesionistas de salud respecto a la capacitación y al desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes en Los Algodones, Baja California?

Preguntas secundarias: ¿Cuál es el tipo de capacitación al que acceden los profesionistas de la salud que prestan sus servicios en Los Algodones, Baja California? y ¿Qué tipo de conocimientos, habilidades y actitudes desarrollan los profesionistas de la salud de Los Algodones, Baja California?

Hipótesis

Los profesionistas de la salud que desempeñan su profesión en la región de Los Algodones, mantienen una constante habilitación de su capital humano en cuanto al desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes.

Materiales y métodos

La presente investigación es de tipo exploratorio y de naturaleza cuantitativa, ya que el fenómeno en estudio ha sido escasamente analizado en la frontera de México – Estados Unidos. Se incorporan el estudio de PROMEXICO, información estadística de la Secretaría

de Turismo del Estado de Baja California y de Cotudeal-Comité de Turismo y Convenciones de Los Algodones, A. C., así como el reglamento para la certificación y recertificación de los cirujanos dentistas de la República Mexicana ADM-Asociación Dental Mexicana (Federación Nacional de Colegios de Cirujanos Dentistas, 2014).

El proceso constó de tres fases: la primera consistió en el trabajo de gabinete, la segunda se enfocó en el análisis de la(s) base(s) datos existentes, que permiten fundamentar el contexto de la ciudad de Los Algodones. La tercera fase se orientó a entrevistas a profundidad y observación *in situ* del fenómeno. Se consideraron como unidades de investigación a los profesionistas de la salud en calidad de representantes del capital humano con el que cuenta la ciudad de Los Algodones. Entre ellos se eligieron discrecionalmente miembros de la comunidad médica, considerando su prestigio, experiencia y su flujo de pacientes.

El instrumento elegido para la recolección de la información fueron entrevistas a profundidad a profesionistas vinculados al turismo de salud y a los organismos gubernamentales relacionados con las políticas públicas en el ámbito turístico, para determinar el tipo de estrategias de gestión del capital humano actual en Los Algodones. El diseño de la entrevista semiestructurada consistió en cinco preguntas propositivas de trabajo: 1) ¿Cuáles son los estudios que tiene y dónde los ha realizado? 2) ¿Se mantiene capacitado/a en su área de estudio? 3) Si lo hace, ¿cada cuándo y a qué tipo de eventos acude para incrementar sus habilidades profesionales? 4) ¿Qué conocimientos, habilidades y actitudes considera que le han permitido ser reconocido/a en su profesión internacionalmente? 5) ¿El uso de los conocimientos, habilidades y experiencia obtenidos le han permitido aumentar sus pacientes internacionales y, en general, el flujo de turistas médicos a la ciudad?

Las entrevistas fueron transcritas y analizadas con el programa *Atlas.ti* (un *software* para análisis de datos cualitativos) que permitió identificar seis códigos principales: 1) tipo de estudios, 2) capacitación, 3) conocimientos, 4) habilidades, 5) actitudes y 6) beneficios. La información generada permitió identificar la habilitación con la que cuentan los profesionistas de la salud de Los Algodones, Baja California.

Resultados

En la primera etapa se realizó una revisión bibliográfica exhaustiva de la información que existe en fuentes secundarias reconocidas sobre los temas principales: el capital humano y la relación del turismo médico, así como aspectos que permitieron contextualizar el entorno de Los Algodones. La segunda etapa consistió en la recolección de información de fuentes primarias, iniciando con la búsqueda en bases de datos oficiales sobre la oferta y la demanda de turismo médico: es decir, por un lado el número de establecimientos y su tipo, y por el otro el número de visitantes diarios, mensuales y anuales a la ciudad de LAL. En la tercera fase se realizaron entrevistas semiestructuradas a profundidad a profesionales de la salud, como representantes del capital humano de la región.

1. Bases de datos (preliminares)

Sobre el flujo de personas que cruzan la frontera de Estados Unidos a México como turistas médicos (Cruce de Andrade, CA., a Los Algodones, B.C.) el Comité de Turismo y Convenciones de Los Algodones, A. C., (Cotudeal) como se muestra en la Tabla 2, aportó los datos por mes, cruce mensual, diario y la diferencia. Los datos disponibles sólo abarcaron hasta el 2007; para su mejor comprensión se integró el promedio diario anual y la variación porcentual. Hay que destacar que Cotudeal estableció el promedio diario con base en 31 días. Zermeño & Cuevas (2015:27) ya indicaban en este punto: “las investigaciones aplicadas recomienda utilizar estudios cualitativos que permitan revisar, en una forma más holística, que, como o or que ocurren ciertos fenómenos”.

Tabla 2. Cruce de turistas médicos a Los Algodones, Baja California (2005-2007)

Mes \ Año	2005		2006		Diferencia		2007		Diferencia	
	Mensual	Diario	Mensual	Diario	2005-2006	Variación %	Mensual	Diario	2006-2007	Variación %
Enero	263,946	8,514	254,543	8,211	-9,403	-4%	187,223	6,035	-67,320	-36%
Febrero	283,614	10,129	275,535	9,840	-8,079	-3%	207,427	7,408	-68,108	-33%
Marzo	285,371	9,205	364,199	8,522	78,828	22%	217,481	7,015	-146,718	-67%
Abril	161,007	5,366	150,972	5,032	-10,035	-7%	130,915	4,363	-20,057	-15%
Mayo	102,360	3,301	94,958	3,165	-7,402	-8%	89,672	2,892	-5,286	-6%
Junio	80,078	669	74,536	2,484	-5,542	-7%	87,775	2,925	13,239	15%
Julio	71,948	2,320	69,106	2,229	-2,842	-4%	63,458	2,047	-5,648	-9%
Agosto	63,856	2,059	66,876	2,157	3,020	5%	66,794	2,154	-82	0%
Septiembre	74,982	2,499	85,488	2,849	10,506	12%	76,412	2,547	-9,076	-12%
Octubre	117,031	3,775	119,750	3,862	2,719	2%	107,884	3,480	-11,866	-11%
Noviembre	174,280	5,809	160,183	5,339	-14,097	-9%	165,725	5,524	5,542	3%
Diciembre	177,800	5,735	160,176	5,166	-17,624	-11%	169,611	5,471	9,435	6%
Total anual	1,856,273	5,086	1,876,322	5,141	20,049	1%	1,570,377	4302	-305,945	-19%

Fuente: elaboración propia con base en: Cotudeal, Trabajo de campo del 13 de agosto de 2014.

En el 2012, el cruce fronterizo en comento ocupó el lugar 16 del total, es decir, Algodones/Andrade representó 1.08% del total; se verificaron 893,191 cruces a pie, y en automóvil una cantidad de 828,660, por una suma de 1,721,851, de acuerdo con *US Department of Transportation, Bureau of Transportation Statistics* (2013).

En entrevista, Cotudeal indicó que un gran porcentaje de visitantes cruza a pie la frontera con Andrade, y cuyo promedio de estancia es de apenas unas horas; en su mayoría pernoctan en casas rodantes en el estacionamiento del poblado de Andrade o en Yuma, Arizona, a diez minutos de distancia.

A este respecto, la Secretaría de Turismo de Baja California clasifica a los turistas médicos y de salud como excursionistas si su estancia es menor a 24 horas, y propiamente como turistas si su promedio de estancia es mayor de un día. De acuerdo con esta clasificación, los promedios del Estado de Baja California indican que el 75% está conformado por visitantes tipo excursionista y el restante 25% por turistas. Estos porcentajes permiten suponer que se verifica una situación comparable en la ciudad de Los Algodones.

En lo relacionado con el origen de los visitantes de turismo médico de Los Algodones, éstos provienen de Alaska, de Columbia Británica, de toda la Costa Oeste de los Estados Unidos, de las zonas de California y Arizona en Estados Unidos, y de Canadá (MAGAÑA, 2014). Por otro lado, las cifras no oficiales manejadas por el Cotudeal (2014) informan que mantienen un padrón de 293 clínicas dentales, ópticas y de servicios médicos diversos, de las cuales reciben apoyo económico para la realización de los eventos de bienvenida y despedida de los *snowbirds* en la temporada de invierno.

2. Entrevistas a profundidad

Al realizar las entrevistas a prestadores de servicios médicos de la región de Los Algodones y a partir de la observación directa del área de estudio, se observó una preponderancia muy marcada del número de médicos odontólogos, también denominados *Doctor of Dental Surgery* (DDS), quienes presentan como sus especialidades principales la endodoncia, ortodoncia, cirugía maxilofacial, implantología, y la especialidad en prótesis, entre otras.

Las instituciones donde han realizado sus estudios son: la Universidad Nacional Autónoma de México, la Universidad de Guadalajara, la Universidad Autónoma de Baja California, y en un menor número de casos algunas universidades de Estados Unidos, como la Universidad de Arizona y la Universidad de California (Ver Anexo 1).

La mayoría de la población de prestadores de servicios de salud de LAL tiene estudios universitarios, por lo que hay un fuerte interés en la subsiguiente formación y en elevar el capital humano, con miras al fomento de la industria turística médica. De acuerdo con

Magaña (2014) se registran más de 500 odontólogos universitarios, lo cual es mayor a la media nacional, y detenta el récord de mayor cantidad de odontólogos por metro cuadrado en el mundo.

Los profesionistas médicos que prestan sus servicios al turista médico se mantienen en constante capacitación y formación. Por ejemplo, los odontólogos deben estar homologados y certificados (por la obligatoriedad determinada por el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá - TLCAN), por la Asociación Dental Mexicana en coordinación con la Federación Nacional de Colegios de Cirujanos Dentistas, A. C., bajo la norma EUC-ODON (ADM, 2014), diseñada por el Centro Nacional de Evaluación (CENEVAL) y avalada por la Dirección General de Profesiones de la Secretaría de Educación Pública (SEP): “Sí, de manera continua buscamos las certificaciones” (Gallego, 2014); “Sí, es nuestro deber como médicos. No podemos quedarnos sin actualizar nuestros estudios” (ASPEITIA, 2014).

Asimismo, estos profesionistas procuran asistir a seminarios y congresos por lo menos dos veces al año, adicionales a cualquier conferencia o curso que se imparta en la región: por ejemplo, las jornadas médicas que se realizan cada año. Los temas son variados, entre los cuales los más solicitados son la cirugía maxilofacial, los implantes y, en general, todo lo relacionado con el aparato masticatorio: “La preparación continua es parte de la formación que tenemos los médicos, no puedes permanecer con las mismas prácticas y conocimientos, porque va la vida del paciente” (Arenas, 2014).

Así como los profesionales médicos buscan gestionar sus habilidades cognitivas, también desarrollan sus destrezas, eficientando la ejecución de sus labores en unas cuantas horas o unos días al máximo. Los conocimientos y habilidades de estos profesionales se vieron reflejados cuando al médico Bernardo Magaña le otorgaron el premio *cum laude* como mejor cirujano dental en México en el año 2011, por sus estudios en oseointegración: “Los trabajos que hacemos son más rápidos cada vez, en unas horas, en un día para otro le terminan los trabajos que en otros lugares tardarían meses” (ASPEITIA, 2014).

Sin embargo, los conocimientos, habilidades y experiencia no han sido suficientes para contribuir al crecimiento del turismo médico en la región de Los Algodones: los médicos, como parte integrante del capital intelectual humano de esta zona, están conscientes de que lo anterior no se lograría sin el trato respetuoso y cálido a los visitantes.

Aquí debemos ser muy respetuosos, amables y profesionales con los pacientes que tratamos, de ellos vivimos, si no los atendemos bien, no regresan el próximo año, la mayor publicidad es la que se realiza de boca en boca.” (ASPEITIA, 2014).

También todos los médicos que trabajamos aquí hablamos inglés. (Magaña, 2014).

Los pacientes que vienen a Los Algodones reconocen que les das una atención de primer mundo, en forma eficiente y muy rápida, porque ellos no pueden permanecer meses en la zona, de hecho, aquí cruzan de las 7:00 a las 3:00 ó 4:00 de la tarde y nada más, así que tienes que ser muy eficiente para darles el servicio. (Arenas, 2014).

En definitiva, el uso de las capacidades, conocimientos, habilidades y actitudes, referidos al capital humano, son importantes para lograr la satisfacción del paciente, lo que contribuye a la promoción de los servicios, por recomendación, y al aumento del flujo de pacientes a la zona: “Claro que si tú no haces bien el trabajo y se corre la voz, eso hace que vengan menos clientes y menos turistas también al pueblo.” (Arenas, 2014).

Discusión de resultados

Considerando que México es el segundo destino de turismo de salud en el mundo, de acuerdo con la *Patients Beyond Borders* (citado por PROMEXICO, 2013), ya que atrae a más de un millón de pacientes extranjeros al año, es procedente la evaluación de la gestión del capital humano y su contribución al turismo médico en Los Algodones. Si bien la información

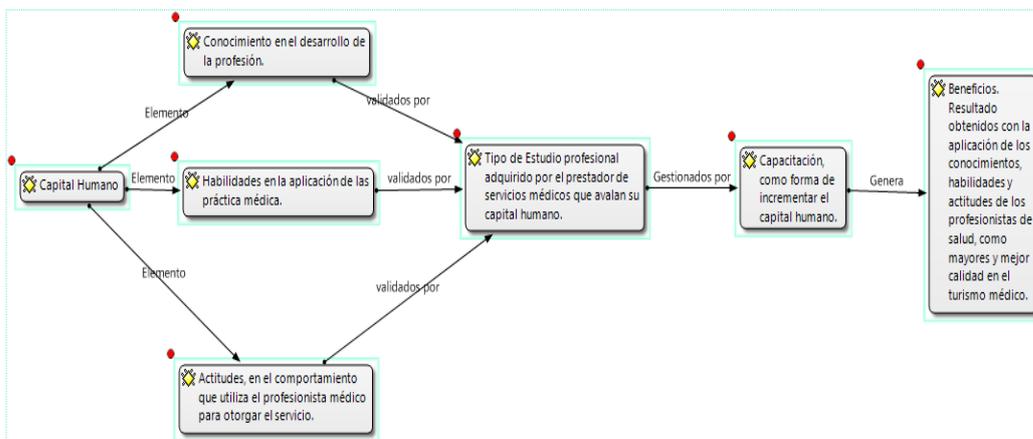
estadística proporcionada no puede considerarse como oficial - pues se manejan datos de manera extraoficial con base en informes anteriores o en la experiencia de los servidores públicos entrevistados – son útiles para reflejar la situación privilegiada que en materia de turismo de salud guarda la ciudad de Los Algodones. Por ejemplo, aproximadamente el 90% de la economía de la ciudad se relaciona con el turismo médico, y se sitúa en cuatro o seis manzanas de la comunidad. De acuerdo con el informe de COTUCO, el promedio diario anual en los últimos tres años representó, en 2005 a 5,086 personas, mientras que en 2006 fue de 5,141, con un incremento del 1%, mientras en 2007 el cruce promedio anual diario fue sólo de 4,032, con una caída del -19% de visitantes respecto al año anterior. Esta situación es un reflejo de los problemas financieros de Norteamérica y de la imagen negativa derivada de las alertas de riesgo de los Estados Unidos a sus habitantes, a través de sus consulados y embajadas en México. Pero en 2012 Algodones/Andrade regresó a una cifra de cruces muy semejante a 2005, esto es 1,721,851 de acuerdo con US Department of Transportation, Bureau of Transportation Statistics (2013), lo cual constituye el 1.08% de 159,057,861 cruces.

Existen también otros aspectos, como se desprende de las entrevistas efectuadas. Magaña (2014), uno de los profesionales de la salud pionero en la región, indica que el número de odontólogos puede rebasar los 500 médicos: esta situación evidencia la cantidad de oferta de servicios médicos para los turistas de salud, ya que “Definitivamente, tenemos un flujo de hasta 12,000 personas diarias en temporada alta y de 1,000 a 2,000 diarios en temporada baja.” (MAGAÑA 2014).

De esta forma se pone de relieve la importancia de los profesionistas de la salud como personajes principales en la oferta de servicios turísticos médicos en el área de LAL, así como el interés de gestionar el CH, entendido como un sistema de habilidades, conocimientos, experiencias, destrezas, educación, actitudes y capacidad para realizar las tareas con responsabilidad y ética profesional.

En este sentido, uno de los factores que alimentan el capital humano es la educación, que se manifiesta en la apropiación intelectual a través de la educación formal, la cual puede incrementarse y mantenerse habilitada gracias a la constante capacitación o instrumentación de la educación. Aplicada esta reflexión a la prestación de servicios de salud en la actividad de turismo médico, puede observarse en la Figura 2 que el CH se conforma en sus elementos principales por los conocimientos, habilidades y actitudes puestas en juego por el prestador de servicios médicos, validados por sus estudios profesionales e incrementados por la habilitación constante de sus capacidades, para lograr los beneficios esperados en los servicios de turismo médico.

Figura 2 Estructura del capital humano



Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo (2014-2015).

Como derivación de las entrevistas realizadas al personal médico, se puede inferir que estos profesionistas de la salud reconocen que es su capital humano lo que marca la diferencia en establecer ventajas competitivas sostenibles y que apoya la generación de un flujo constante de turistas médicos a la ciudad, por lo que permanecen en constante capacitación, asistiendo a congresos y seminarios de su área de especialización.

De esta forma, como citan Nava, Esis y Naval (2012), se identifican a los conocimientos, habilidades y actitudes como los elementos principales del capital humano. En este sentido, se observa, en el análisis derivado del trabajo de campo, que los profesionistas de la salud identifican el aspecto cognoscente como la piedra angular del desarrollo de sus servicios a través de la educación formal llevada a cabo en universidades de prestigio a nivel nacional, y en la realización de estudios de posgrado en especialidades médicas (como es el caso de los cirujanos dentales, medicina periodontal, implantología, osteointegración, medicina interna, entre otros servicios demandados por los pacientes-turistas).

Por otro lado, los entrevistados evidencian el factor de habilidades en el desarrollo de su práctica médica y en la obtención de reconocimientos públicos por su desempeño, como el premio *cum laude* en el área de investigación y premios al mejor cirujano dental en México.

De la misma forma, el factor experiencial es valorado como importante en el perfeccionamiento de las destrezas de la actividad médica. Durante las entrevistas se relevó una situación variable, puesto que se observa la experiencia de profesionistas de la salud con 45 años de servicio en comparación a otros muy jóvenes recién egresados de su especialidad médica.

Adicionalmente los profesionistas de la salud manejan el idioma inglés, como una habilidad colateral para la atención de sus pacientes extranjeros, los cuales equivalen aproximadamente a un 90% de su demanda en la zona de estudio: información significativa que permite reconocer el movimiento de turismo médico en comparación de la demanda de servicios locales.

Al igual que los conocimientos y habilidades, es importante la demostración de actitudes que favorecen la calidad de los servicios en el turismo médico, entre las cuales se señalan como importantes el respeto, la paciencia, el trato amable, la justicia y la ética profesional: “Tienes que ser muy profesional, ético y sensible al paciente. Si ellos sienten que no les diste buen servicio, se van a la clínica de enseguida, la competencia está muy cerca.” (Gallego, 2014). “Aquí los turistas son tratados como reyes.” (MAGAÑA, 2014).

Ahora bien, como se observa en la Figura 2, los conocimientos, habilidades y actitudes son gestionados, en parte, por los procesos de capacitación y certificación, que en el caso de los profesionistas de la salud entrevistados son constantes. Esto tiene el fin de ofrecer mejores servicios al turista médico, también se debe a la obligación, derivada del Tratado de Libre Comercio de estar homologados en los servicios médicos. Lo anterior se realiza ante instancias como la Asociación Dental Mexicana y la Dirección General de Profesiones.

Por otro lado, estos profesionistas desarrollan estrategias para ser más competitivos, en tiempos y costos, a comparación con otros colegas que ejercen la profesión fuera de LAL, lo cual coincide con lo señalado por Cuevas-Contreras (2008, p. 460): “la integración radial es capaz de pronosticar otros indicadores prácticos de integración social.”

De esta forma, se pone de relieve como el CH tiende a ser valorado como un factor de fortaleza en los sistemas de trabajo y en la actividad de TM como una fuente de riqueza que permite aportar la rentabilidad y la competitividad de las organizaciones. Por tanto, el TM es una actividad donde existe contribución del CH, y que hace uso de su capacidad gestora para propiciar la comercialización de los diferentes productos y/o servicios que constituyen el abanico de la oferta actual de la ciudad. Sin embargo, esta contribución no es suficiente para

aumentar los flujos más equilibrados y constantes durante todo el año de turistas médicos provenientes de Estados Unidos y Canadá.

En síntesis, una estrategia efectiva de gestión del Capital Humano facilita el flujo de conocimiento de diversas fuentes, poniendo en marcha la innovación y contribuyendo a la generación de ventajas competitivas sostenibles en el turismo médico de la región.

Conclusiones

Los Algodones se puede considerar como una de las opciones privilegiadas de turismo médico de los jubilados estadounidenses y canadienses porque cuenta con aproximadamente 293 clínicas dentales, optometristas y consultorios generales y 48 farmacias, en su mayoría situadas en cuatro manzanas centrales.

De esta manera, al término de esta primera aproximación se hacen necesarias las siguientes consideraciones:

- Primero, la revisión de la literatura sobre el fenómeno del capital humano pone de relieve su importancia para las empresas de cualesquier tipo, sean éstas industriales, comerciales o de servicios, pero especialmente aquellas donde gran parte del proceso del producto y/o servicio recae en el elemento humano, como es el caso de las empresas turísticas, especialmente de las relacionadas con el turismo médico.

- Respecto a la investigación de campo, en un primer acercamiento a las oficinas de información públicas de la ciudad de Los Algodones, y especialmente del Comité de Turismo y Convenciones de los Algodones, se concluye que existe una gran disponibilidad para el trato personal y humano hacia el turista médico y cualquier persona que solicite información. Sin embargo, se carece de organización formal, levantamiento de datos continuo, registros y estadísticas recientes, que permitan hacer una planeación estratégica del desarrollo del turismo médico en la ciudad. La información recabada de este organismo fue limitada, pues sólo pudieron ofrecerse cifras oficiales hasta el 2007; sin embargo, considerando la experiencia y la observación de los servidores públicos y profesionales de la salud con amplio conocimiento de la entidad, se pueden aceptar las cifras halagüeñas de 12,000 o más turistas diarios en la temporada alta invernal, de septiembre a mayo, aproximadamente.

- En la siguiente etapa, relacionada con las entrevistas, se pudo corroborar la hipótesis planteada, puesto que el capital humano de los profesionistas de salud que desarrollan su profesión en la región de Los Algodones, mantiene una constante habilitación de sus conocimientos, destrezas y actitudes, a través de la capacitación continua, la asistencia a congresos, seminarios, jornadas, diplomados y todo aquello que permita mejorar la práctica médica.

La gestión del capital humano que han realizado los profesionistas de la salud, a través del desarrollo de sus conocimientos, capacidades, la calidad en sus trabajos, la eficiencia en tiempo en el desarrollo de sus funciones, la atención ética y calidad a los turistas médicos, les ha otorgado prestigio en la región noroeste del país y entre los visitantes de Estados Unidos (provenientes de los estados de Alaska, Utah, Columbia Británica, en general de los Estados de la Costa Oeste, de California y Arizona) y de Canadá, contribuyendo al desarrollo de la actividad turística regional mediante la captación de turismo médico.

En conclusión, los estudios exploratorios sobre la gestión del Capital Humano permiten observar su contribución al nivel competitivo de la región de Los Algodones, en la actividad de turismo médico.

- Sin embargo, cabe señalar que esta sólo es una primera aproximación al fenómeno, y no pueden exponerse conclusiones definitivas sobre la situación que guarda los Algodones en el fenómeno del turismo médico. Es importante plantear nuevos estudios de mayor profundidad

sobre el Capital Humano en toda la región de influencia de LAL, así como el impacto de otros indicadores no tangibles como el capital estructural, relacional y su impacto en la actividad de turismo médico en esta región.

Bibliografía

- ADAM, C. (2011) Snowbirds to Los Algodones to save on medication. Imperial Valley Press. Recuperado de: http://articles.ivpressonline.com/2011-03-26/medical-tourism_29193506.
- ADM-ASOCIACIÓN DENTAL MEXICANA. FEDERACIÓN NACIONAL DE COLEGIOS DE CIRUJANOS DENTISTAS (2014). Reglamento para la certificación y recertificación de los cirujanos dentistas de la República Mexicana. 16 de agosto de 2014. Recuperado de: <http://www.adm.org.mx/drpl/content/reglamento-para-la-certificaci%C3%B3n-y-recertificaci%C3%B3n-de-los-cirujanos-dentistas-de-la-rep%C3%BAblic>
- ARIAS, F. (2005). *Administración de recursos humanos* (9a. edición). México: Trillas.
- BALDERAS, Y. (2014). Turismo de salud, nuevas oportunidades de negocio en el mundo. *Global Conference on Business Proceedings*, 9(1), pp. 1630-1634.
- BAUTZER, D. (2010). La gestión del capital intelectual y su impacto en las organizaciones de educación superior. *Innovación Educativa*, 10(51), pp. 15-21.
- BECKER, G. (2002). La inversión en talento como valor futuro. Capital humano. *Revista para la Integración y Desarrollo de los Recursos Humanos*, (153), pp. 26-29.
- BROOKING, A. (1997). *Intellectual Capital*. London: Thomson.
- CERVANTES, K., GONZÁLEZ, M., & LUQUE, E. (2013). Perfil y expectativas de los “visitantes de la nieve” (snowbirds) caso: Los Algodones, Baja California. Universidad Autónoma de Baja California.
- CONNELL, J. (2005). “Medical Tourism: The newest of niches”. *Tourism Recreation Research*, Volume 31(1), pp. 99-102.
- CUEVAS-CONTRERAS, T. (2008). *Gestión-Red una aplicación al turismo alternativo: Caso noroeste del estado de Chihuahua*. En Palafox Muñoz, Alejandro y Oscar Frausto Martínez (coordinadores) *Turismo: desastres naturales, sociedad y medio ambiente*. México: Universidad de Quintana Roo-Plaza y Valdés.
- CUEVAS-CONTRERAS, T. Y HUERTAS V. (2013). *Examination of empowerment and formal communication at meeting and events on hospitality industry in Ciudad Juárez, Chihuahua Mexico*. World Education Congress MPI, Las Vegas, 22-23 julio, <http://www.mpiweb.org/Events/WEC2013/Education/SeekandExplore>. Consulta: agosto 2014.
- ENVINSSON, L. Y MALONE, M. (1997). Developing intelectual capital of Skandia. *Log Range Planning*, 30(3), pp. 366-373.
- EZAIDI A., KABBACHI B., & EL YOUSSE M. (2007). “El patrimonio geológico de Marruecos una potencialidad para el desarrollo de un turismo de salud, como factor de lucha contra la pobreza”. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. La Laguna, España, (5), pp. 371-382.
- GÓMEZ, D., GARCÍA, C. & BECERRIL, P. (2013). Cuidando la salud de los viajeros. Un encuentro con la Emporiatría. *El Periplo Sustentable, Universidad Autónoma del Estado de México*, (5), pp. 25 – 41.
- INEGI (2015). Principales resultados por localidad. Recuperado de http://www.inegi.org.mx/sistemas/consulta_resultados/iter2010.aspx?c=27329&s=est

- KLEIN, D. (1998). *The strategic management of intellectual capital*. New York: Butterworth-Heinemann Publishing.
- LITTLEWOOD, Z. & HERMAN, F. (2004). Análisis factorial confirmatorio de variables afectivas y Cognitivas asociadas a la rotación de personas. *Revista Interamericana de Psicología Ocupacional*, 23.
- LÓPEZ, D. (2003). “El desarrollo turístico integrado en los espacios rurales de interior: su aplicación al producto de salud”. *Cuadernos de Turismo*. (11), pp. 107-126.
- MOLINA, S. (1987). *Planificación integral del turismo. Un enfoque para Latinoamérica*. México: Editorial Trillas.
- MONAGAS-DOCASA, M. (2012). El capital intelectual y la gestión del conocimiento. *Ingeniería Industrial*, (2), pp. 142-150.
- NAVA, M., ESIS, E. Y NAVAL, R. (2012). CI: el recurso más valioso, en: Contreras A., Díaz, D. y Hernández, E. (2012) *Multiculturalidad: su análisis y perspectivas a la luz de los actores, clima y cultura organizacional prevaleciente en un mundo globalizado*.
- NONAKA, I., & TAKEOUCHI, H. (1994). *The knowledge-creating company: how japanese companies create the dynamics for innovation*. New York: Oxford University Press, 162-195.
- PROMÉXICO (2013). *Turismo de salud*. México: SECTUR, Salud, Secretaría de Economía.
- REINA, E. (2014). *Entrevista semiestructurada en el marco del Primer foro regional de innovación sobre el turismo de salud para la competitividad*. San Luis Río Colorado, Sonora, México, 13 de diciembre de 2014.
- RIVETTE, K. & KLINE, D. (2000). Discovering new value in intellectual capital, *Harvard Business Review*. pp. 1-12.
- SECRETARÍA DE TURISMO DE BAJA CALIFORNIA-SECTUR (2013). *Actualización de estudio de perfil del turismo médico y de salud y su impacto en la economía de Baja California*. Gobierno del Estado de Baja California.
- US DEPARTMENT OF TRANSPORTATION, BUREAU OF TRANSPORTATION STATISTICS (2013) Border crossing/entry data. Recuperado de http://transborder.bts.gov/programs/international/transborder/TBDR_BC/TBDR_BC_In dex.html, Octubre 2013.
- YU, JI YUN & KO, TAE GYOU (2012). “A cross-cultural study of perceptions of medical tourism among Chinese, Japanese and Korean tourists in Korea”. *Tourism Management*, (33), pp. 80-88.
- ZERMEÑO, S. & Cuevas, T. (2015). Revisión sistémica de artículos de capital intelectual como generador de innovación en turismo de salud. *Teoría y Praxis* 18, pp. 9-34.

Entrevistas

- Arenas Esquer, Enrique (2014). Entrevista personal, Médico Cirujano en odontología con especialidad en implantes. Los Algodones, Baja California, México, 13 de agosto de 2014.
- Aspeitia, Luz Elena (2014). Entrevista personal, Médico Cirujano en Odontología con especialidad en cirugía periodontal. Los Algodones, Baja California, México, 13 de agosto de 2014.
- Gallego, Héctor (2014). Entrevista personal, Médico con especialidad en medicina interna. Los Algodones, Baja California, México, 13 de agosto de 2014.
- Guillermo Pérez Angulo (2014). Entrevista personal al voluntario de la Cotudeal-Comité de Turismo y Convenciones de Los Algodones, A. C., en Oficina de Turismo. Los Algodones Baja California, 13 de agosto de 2014.

Magaña Padilla, Bernardo (2014). Entrevista personal, Médico Cirujano en odontología y especialidad en cirugía maxilofacial. Los Algodones, Baja California, México, 13 de agosto de 2014.

Medical tourism in Los Algodones, Baja California, Mexico: Exploring the human capital

Abstract

The present work is an exploration of the kind of human capital (CH) of the professionals of health with regard to training and development of knowledge, skills, and attitudes in providing medical services to patient - tourist Vicente in the town of Vicente Guerrero, commonly known as Los Algodones in Baja California, relies on. The community distinguishes itself by offering health services, especially in the fields of dental hygiene, optometry and pharmacy. This condition is given by both the influx of visitors who come primarily from the North of the United States and Canada during the winter season and the strategies implemented in order to be more competitive on the border of Baja California, Mexico and California, United States. This is both a quantitative and qualitative type of study that comprehends three stages. The first phase consisted of a literature review of M T and its implications with the Human Capital. The second step was the basic data query of the entity, which underwent the statistical analysis of professionals officially installed in companies operating in the M T. The third stage focused on the development of in-depth interviews to long-term established health professionals of high prestige in Los Algodones society.

Keywords: *Medical Tourism; Intellectual Capital; Human Capital; North of Mexico.*

Artigo recebido em 11/02/2016. Aceito para publicação em 09/03/2016.