

Research Article

Desafíos y fortalezas del turismo médico en Cali: visiones y estrategias futuras

Challenges and strengths of medical tourism in cali: visions and future strategies

Dávila-Rodríguez, Cristian¹
Prada-Bolaños, Marcela¹



Andrade-Díaz, Karla V.¹



1 Colombia, Santiago de Cali, Institución Universitaria Antonio José Camacho

 DOI / URL: <https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v3/n4/78>

Resumen: Esta investigación aborda la situación actual de los prestadores de servicios de salud internacional en Cali, identificando desafíos y oportunidades. A través de un enfoque cualitativo-inductivo y utilizando la teoría fundamentada, se entrevistó a 8 prestadores seleccionados por criterios de elegibilidad. Los datos se procesaron con el software Atlas.ti. Se identificaron fortalezas en calidad, portafolio e infraestructura. Sin embargo, se resaltaron desafíos como la falta de apoyo estatal, el limitado bilingüismo y la inseguridad ciudadana. Se sugiere potenciar el turismo, fortalecer el marketing en salud y buscar mayor colaboración estatal. Como se enfatiza en el desarrollo, la importancia del dominio de idiomas para comunicarse con turistas médicos. En conclusión, Cali muestra potencial en servicios de salud, pero enfrenta retos regulatorios y de competencia. La promoción, colaboración y centrarse en la experiencia del paciente son esenciales para un desarrollo sostenible en el sector y en las distintas actividades que se desarrollan en estos espacios.

Palabras clave: Turismo en salud, Turismo médico, Prestador sanitario, Pacientes internacionales, Marketing en salud.



Check for updates

Received: 18/Ago/2023

Accepted: 16/Sep/2023

Published: 31/Oct/2023

Cita: Dávila-Rodríguez, C., Andrade-Díaz, K. V., & Prada-Bolaños, M. Desafíos y fortalezas del turismo médico en cali: visiones y estrategias futuras. *Journal of Economic and Social Science Research*, 3(4), 16–30. <https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v3/n4/78>

Journal of Economic and Social Science Research (JESSR)
<https://economicsocialresearch.com>
info@editoria-grupo-aea.com

Nota del editor: Editorial Grupo AEA se mantiene neutral con respecto a las reclamaciones legales resultantes de contenido publicado. La responsabilidad de información publicada recae enteramente en los autores.

© 2023 Licencia Editorial Grupo AEA, Journal of Economic and Social Science Research. Este artículo es un documento de acceso abierto distribuido bajo los términos y condiciones de la **Licencia Creative Commons, Atribución-NoComercial 4.0 Internacional.**

Abstract:

This research addresses the current situation of international health service providers in Cali, identifying challenges and opportunities. Through a qualitative-inductive approach and using grounded theory, 8 providers selected by eligibility criteria were interviewed. The data were processed with Atlas.ti software. Strengths in quality, portfolio and infrastructure were identified. However, challenges such as lack of government support, limited bilingualism and citizen insecurity were highlighted. It was suggested that tourism should be promoted, health marketing should be strengthened, and greater government collaboration should be sought. As emphasized in the development, the importance of language skills to communicate with medical tourists. In conclusion, Cali shows potential in health services, but faces regulatory and competitive challenges. Promotion, collaboration and focus on the patient experience are essential for sustainable development in the sector and in the different activities that take place in these spaces.

Keywords: Health tourism, Medical tourism, Health care provider, International patients, Health marketing.

1. Introducción

De acuerdo con ProColombia (2020), Colombia ha recibido desde hace al menos dos décadas, pacientes internacionales que vienen a realizarse tratamientos especializados en campos como la oftalmología, cardiología, odontología, cirugía plástica, oncología, entre otras y según cifras de Migración Colombia, desde el 2012, el número de extranjeros que llegan por ese motivo está creciendo cerca de un 23% anual. El turismo internacional se refiere a la actividad de viajar a otro país o región para recibir algún tipo de tratamiento médico debido a las ventajas comparativas que ofrece el destino en términos de calidad, precio y seguridad (García, 2017), de acuerdo con (RevistaSaludDigital, 2021) Colombia actualmente es parte de los países de mayor elección en turismo médico recibiendo al año alrededor de 20.000 extranjeros en busca de servicios sanitarios de calidad y con costos favorables en las ramas de medicina curativa, estética, preventiva y bienestar. Finalmente, el aumento de oferta y estrategias nuevas en otras ciudades como Medellín, Barranquilla, Manizales está provocando un crecimiento en la demanda de pacientes internacionales por la implementación de nuevas estrategias, y empresas articuladoras para ofrecer experiencia completa e integral del servicio (Martínez M. 2016). El prestador u oferente sanitario y uno de los agentes participantes más importantes en el consumo de los servicios de salud junto con el consumidor sanitario (Priego Álvarez, 2015). De ahí la importancia del estudio y la comprensión de sus experiencias y problemáticas.

Dejando en clara desventaja a la ciudad de Cali, por lo anterior es necesario conocer la realidad de cara a uno de los principales actores del ecosistema del turismo en

salud y comprender ¿Cuáles son las percepciones de los prestadores de servicios de turismo en salud en la ciudad de Cali respecto a desafíos y oportunidades que enfrentan en la actualidad? Esta investigación tiene como objetivo explorar las percepciones frente a los retos y oportunidades por los que atraviesan algunos prestadores de servicios de turismo en salud en la ciudad de Cali desde un enfoque holístico plasmar las voces de quienes ofertan el turismo en salud.

El objetivo de esta investigación es conocer los desafíos y fortalezas del turismo Médico en Cali, para lo que se plantea primero conocer las fortalezas que perciben los prestadores de los servicios médicos internacionales, segundo identificar los desafíos y por último proponer acciones de mejora en la prestación de los servicios a pacientes internacionales.

2. Materiales y métodos

El diseño metodológico de esta investigación se realizó mediante el enfoque cualitativo inductivo considerando que esta metodología se adapta mejor a los objetivos trazados y teniendo en consideración lo mencionado por (Yuni & Urbano, 2022), la investigación cualitativa no se reconoce como un proceso fijo o estático, por el contrario, es un proceso reflexivo, flexible y adaptable al contexto siendo la dialéctica el rasgo más característico. Por tanto, implicó conocer el entorno desde la perspectiva del prestador de servicios de salud direccionados al turismo en salud, proporcionando información sobre antecedentes, situación actual y el desarrollo económico del mismo, puntualmente con enfoque en la oferta con la que cuenta la ciudad de Cali.

Dentro de los diferentes diseños existentes en la investigación cualitativa se seleccionó el de teoría fundamentada, la cual según (Strauss, 2002) es una teoría que proviene de los datos recopilados y analizados de manera sistemática dentro de un proceso de investigación. Por otra parte (Hernández Sampieri et al., 2010) propone que este procedimiento sistemático de orden cualitativo permite generar una teoría desde el concepto y la acción; de acuerdo con lo planteado en este proyecto se requiere conocer las percepciones de los principales actores e identificar retos y las oportunidades así como las acciones de mejora desde la voz de los prestadores de servicios de salud internacional.

En la investigación cualitativa se implementan tipos de muestreo diferentes por la misma naturaleza de la investigación, para esta investigación se realizó un muestreo intencional dando cumplimiento a los los criterios de inclusión y exclusión, los cuales se han tenido en cuenta para realizar el trabajo de campo y la recolección de la información. (Yuni & Urbano, 2022) para este caso en particular se seleccionaron 8 participantes prestadores de servicios de salud internacional que cumplieran con los criterios de elegibilidad.

La investigación cualitativa permite la adaptabilidad, por esta razón se implementó la entrevista semiestructurada como técnica de recolección de la información de los participantes objetos de estudio prestadores de servicios de salud internacional.

El análisis se llevó a cabo a través del software Atlas.ti versión 23, el cual permite consolidar la información individual de cada entrevistado, relacionar entre sí por medio de citas, códigos y realizar agrupaciones a la que posteriormente se categoriza para crear unas redes semánticas, proporcionando así las representaciones gráficas del trabajo de campo realizado, para interpretar la información y poder concluir de la manera propuesta de acuerdo con los objetivos planteados.

3. Resultados

3.1 Fortalezas de los prestadores de servicios de salud

De acuerdo con la codificación axial se realizó la siguiente red semántica que permitió visualizar cuál fue la percepción más frecuente y así, determinar las fortalezas que tienen los prestadores de turismo en salud en la ciudad de Cali.

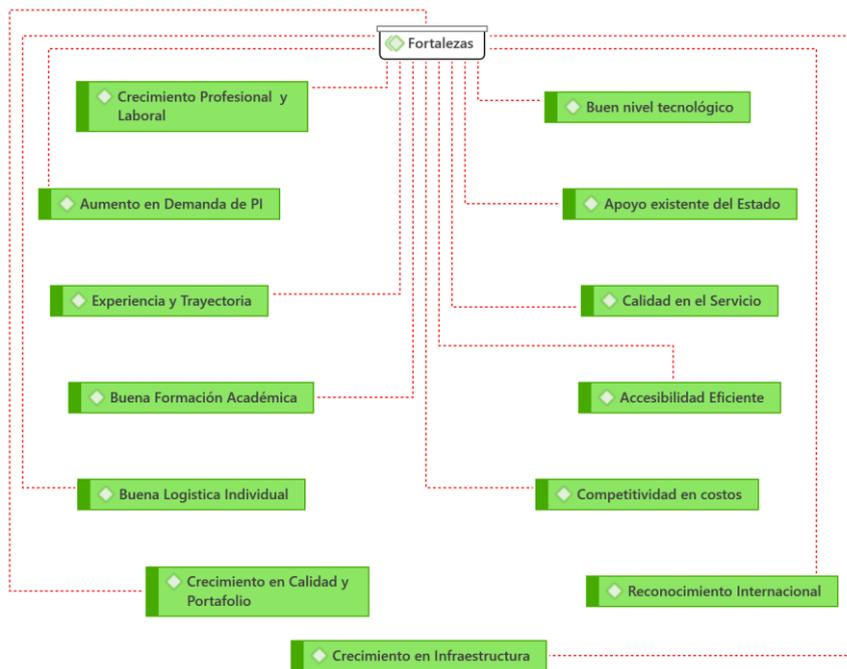
Tabla 1

Codificación axial - enraizamiento Fortalezas - oportunidades

Código	Enraizamiento	Grupos de códigos
Crecimiento en Calidad y Portafolio	8	Fortalezas
Crecimiento en Infraestructura	7	Fortalezas
Buena Logística Individual	6	Fortalezas
Competitividad en costos	6	Fortalezas
Reconocimiento Internacional	6	Fortalezas
Buena Formación Académica	5	Fortalezas
Accesibilidad Eficiente	4	Fortalezas
Experiencia y Trayectoria	3	Fortalezas
Aumento en Demanda de PI	2	Fortalezas
Calidad en el Servicio	2	Fortalezas
Apoyo existente del Estado	1	Fortalezas
Buen nivel tecnológico	1	Fortalezas
Crecimiento Profesional y Laboral	1	Fortalezas

Nota: Autores (2023)

Figura 1
Esquema de representación en red 1(codificación axial – fortalezas)



Nota: Desde Atlas.ti versión 23. Autores (2023)

Estas oportunidades se derivan de diversas áreas que han experimentado un crecimiento y desarrollo notable.

En primer lugar, la codificación resalta que los prestadores perciben un crecimiento en calidad y portafolio de servicios médicos en la ciudad. Esto implica que Cali ha mejorado respecto a la calidad de la oferta para satisfacer las necesidades de los pacientes internacionales. Por ende, fomenta mayor competitividad y atraer a un mayor número de pacientes internacionales.

Señalan en sus respuestas mejora en la infraestructura de los servicios que se prestan para el turismo en salud de la ciudad, esto permite ofrecer un entorno propicio y de vanguardia para el cuidado de los pacientes. Al contar con una infraestructura moderna y especializada, los prestadores de turismo en salud en Cali se posicionan como destinos atractivos para quienes buscan servicios médicos de calidad.

Otra fortaleza destacada es el reconocimiento internacional de los prestadores de turismo en salud en esta ciudad. La reputación y el prestigio ganados a nivel global han contribuido con generar confianza entre los pacientes extranjeros, quienes buscan destinos que sean reconocidos por su excelencia en la atención médica. El reconocimiento internacional fortalece la posición de Cali como un centro de referencia para el turismo en salud.

Además, los prestadores de turismo en salud de Cali se benefician de la competitividad en costos. La posibilidad de ofrecer servicios médicos de alta calidad a precios más asequibles en comparación con otros destinos internacionales los

convierte en una opción atractiva para los pacientes que buscan un equilibrio entre calidad y costos.

Consideran que existe buena logística individual, esto infiere que los prestadores han desarrollado procesos eficientes y bien organizados para asegurar una atención integral y personalizada a los pacientes desde su llegada hasta su salida en el aeropuerto, la logística eficiente es fundamental para brindar una experiencia satisfactoria a los pacientes internacionales, quienes valoran la comodidad y la atención personalizada durante su estadía y así determinar una experiencia integral positiva.

La buena formación académica del personal que hace parte del turismo en salud también la consideran como una fortaleza que les brinda oportunidad de afianzar el criterio y la experiencia en el momento de enlazar algún referido. En definitiva, la calidad de la educación y la capacitación profesional brinda una base sólida para ofrecer servicios de excelencia y promover la confianza en los pacientes internacionales.

Sobre accesibilidad, los prestadores de turismo en salud han implementado estrategias efectivas de marketing digital para garantizar un fácil acceso a los servicios médicos y a las instalaciones.

La experiencia y trayectoria de los prestadores de turismo en salud en Cali son otras oportunidades valiosas. La acumulación de experiencia y un historial exitoso en la prestación de servicios médicos de calidad generan confianza en los pacientes internacionales, quienes buscan destinos con un sólido respaldo profesional.

La calidad en el servicio es una oportunidad esencial para los prestadores de turismo en salud en Cali. Al brindar una atención médica de alta calidad, centrada en las necesidades individuales de los pacientes, se fortalece la reputación de Cali como un destino confiable y se fomenta la referencia voz a voz positivo entre los pacientes satisfechos.

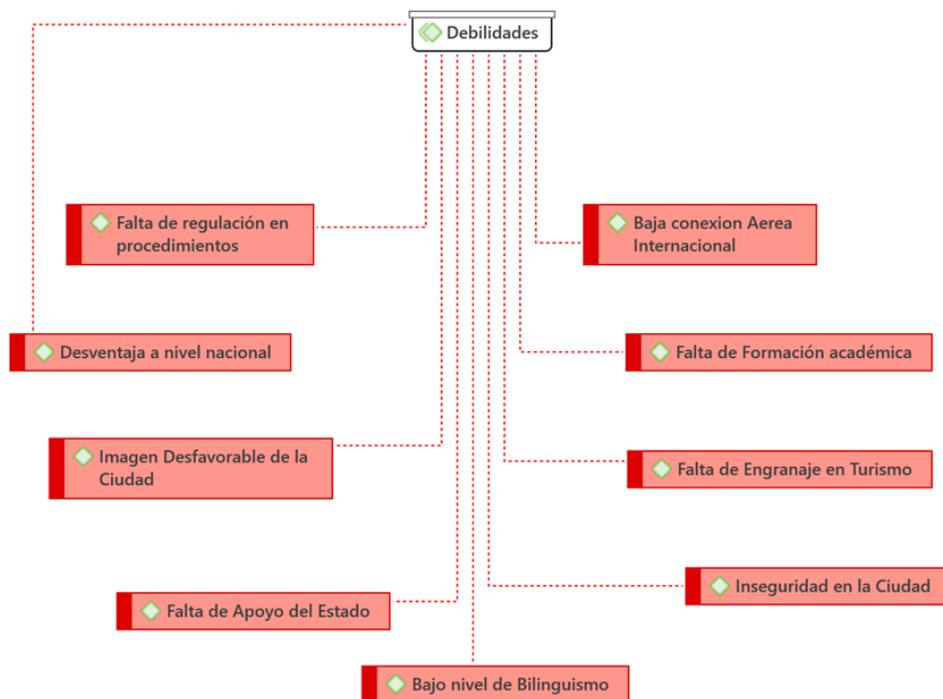
El aumento en la demanda de procedimientos médicos y el crecimiento profesional y laboral son oportunidades adicionales para los prestadores de turismo en salud. La creciente demanda de servicios médicos, tanto a nivel nacional como internacional, crea un ambiente propicio para el desarrollo y la expansión de los prestadores de turismo internacional en la región.

Por último, el buen nivel tecnológico en Cali constituye una oportunidad relevante para los prestadores de turismo en salud. La adopción y el uso de tecnologías avanzadas en el diagnóstico y tratamiento médico permiten ofrecer servicios de vanguardia, mejorando la precisión, eficiencia y calidad del cuidado proporcionado.

3.2 Retos a los que se enfrentan en la actualidad algunos prestadores de salud internacional

De acuerdo con la codificación axial se realizó la siguiente red semántica que permitió visualizar la percepción más frecuente y se pudo determinar las debilidades que perciben los prestadores de turismo en salud en la ciudad de Cali.

Figura 2
Codificación axial - Debilidades



Nota: Desde Atlas.ti versión 23. Autores (2023)

Tabla 2
Codificación axial – enraizamiento debilidades

Código	Enraizamiento	Grupos de códigos
Falta de Apoyo del Estado	8	Debilidades
Bajo nivel de Bilingüismo	7	Debilidades
Inseguridad en la Ciudad	7	Debilidades
Imagen Desfavorable de la Ciudad	6	Debilidades
Desventaja a nivel nacional	5	Debilidades
Falta de Engranaje en Turismo	5	Debilidades
Falta de Formación académica	3	Debilidades
Falta de regulación en procedimientos	2	Debilidades
Baja conexión Aérea Internacional	1	Debilidades

Nota: Autores (2023)

Se logró determinar en el desarrollo de la investigación que los prestadores servicios en el mercado del turismo en salud perciben total falta de apoyo por parte del Estado,

precisamente en las entidades gubernamentales como ProColombia, secretaria de turismo y políticas sobre la informalidad en servicios de este mercado. Lo anterior dificulta la creación de un entorno propicio para el desarrollo, lo que podría afectar la capacidad de los prestadores para establecer y expandir sus operaciones a nivel internacional, ya que la calificación de la experiencia integral se determina como ciudad y país.

Exponen que el nivel de bilingüismo en la ciudad es bajo, ya que el dominio de un segundo idioma predomina más desde la rama de los médicos y especialistas, pero no del personal administrativo y asistencial, las barreras de comunicación dificultan la interacción y el entendimiento mutuo, por ende, esto genera insatisfacción, falta de confianza, limita la información médica bilateral en el paciente internacional.

Un aspecto importante mencionado en las entrevistas es la inseguridad de la ciudad, los prestadores perciben que el riesgo constante en el tránsito del paciente internacional en la ciudad va en aumento, esto disminuye la confianza en su propia seguridad personal, reduce la demanda de pacientes internacionales, ya que disuade la elección de la ciudad y pueden optar otras opciones como Medellín.

También impacta el día a día del prestador en salud, en su calidad de vida y bienestar debido al estrés que se manifiesta en el tránsito de la ciudad y su entorno laboral.

La imagen desfavorable de una ciudad y la desventaja ante otras ciudades del país pueden tener un impacto significativo en los prestadores internacionales de salud en Cali, manifiestan que la imagen de la ciudad desde el estallido social por el paro nacional ha disminuido referente a la reputación y en comparación con otras ciudades, poniéndola en desventaja. Debido a que la percepción negativa generalizada de la ciudad puede influir en la confianza y credibilidad de los turistas de salud hacia los servicios médicos ofrecidos. Esto puede afectar la percepción de la calidad de atención y tener un impacto negativo en la reputación tanto de los prestadores de salud individuales como de la ciudad en general puede desalentar el desarrollo y la inversión en el sector de la salud en Cali. Es muy probable que esta situación pueda generar dificultades para atraer inversores, médicos especializados y tecnología médica de vanguardia si la ciudad no se considera atractiva o competitiva en el ámbito de la atención médica. Esto puede limitar el crecimiento y el avance del turismo en salud en Cali.

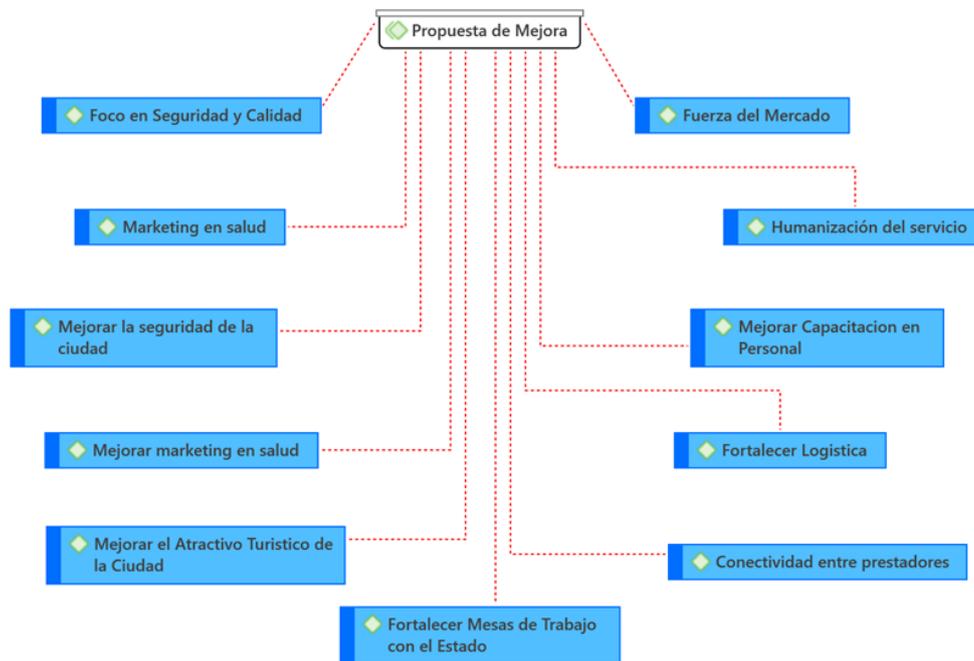
Por último, algunos prestadores manifiestan que a la ciudad en el marco del turismo en general le falta engranaje, perciben falta de coordinación y colaboración entre los diferentes actores involucrados en la industria del turismo en la ciudad, como las agencias de viajes, transporte y hotelería. Esto puede llevar a una experiencia del paciente deficiente, con problemas de comunicación, falta de información clara sobre los servicios disponibles y dificultades logísticas. Una experiencia insatisfactoria puede disuadir de elegir Cali como destino y afectar la reputación de la ciudad.

La falta de formación académica adecuada para los profesionales de la salud puede resultar en una calidad de atención inferior. Los prestadores de salud requieren conocimientos y habilidades especializados, que a menudo presentan necesidades médicas complejas y puede resultar en diagnósticos erróneos, tratamientos inapropiados pues se han filtrado casos en que especialistas en otorrinolaringología, urología o dermatología realizan procedimiento de cirugía plástica que no están contemplados en su área de aplicación.

3.3. Estrategias que ayuden a mejorar la prestación de servicios en el turismo en salud en la ciudad de Cali

La percepción más frecuente que se logró determinar y en las cuales se proponen acciones de mejorar para beneficio principal de los prestadores de turismo en salud en la ciudad de Cali fueron las siguientes.

Figura 3
Codificación axial – propuestas de mejora



Nota: Desde Atlas.ti versión 23. Autores (2023)

Tabla 3*Codificación axial – enraizamiento propuestas de mejora*

Código	Enraizamiento	Grupos de códigos
Mejorar el Atractivo Turístico de la Ciudad	6	Propuesta de Mejora
Mejorar marketing en salud	5	Propuesta de Mejora
Fortalecer Mesas de Trabajo con el Estado	4	Propuesta de Mejora
Conectividad entre prestadores	3	Propuesta de Mejora
Fortalecer logística	3	Propuesta de Mejora
Humanización del servicio	2	Propuesta de Mejora
Mejorar Capacitación en Personal	2	Propuesta de Mejora
Mejorar la seguridad de la ciudad	2	Propuesta de Mejora
Foco en Seguridad y Calidad	1	Propuesta de Mejora
Fuerza del Mercado	1	Propuesta de Mejora

Nota: Autores (2023)

Esta investigación proporcionó valiosas propuestas de mejora para el turismo en salud en Cali, planteadas por los prestadores. Estas propuestas pueden ser consideradas como estrategias para mejorar la prestación de servicios en este sector en la ciudad

Mencionan principalmente que se debe mejorar el atractivo turístico y estético de la ciudad; Se sugiere enfocarse en el desarrollo de actividades y recursos turísticos atractivos que complementen la oferta de servicios de salud. Esto podría incluir promover lugares de interés cultural, turismo natural, eventos y festivales que atraigan a los visitantes internacionales y enriquezcan su experiencia en la ciudad, también invertir en la infraestructura de las vías, embellecer las entradas de la ciudad, los espacios públicos y las áreas verdes. Los prestadores manifestaron que lo que se buscan es generar un entorno atractivo y estéticamente agradable para ofrecer una experiencia integral positiva y así prolongar su estadía, favoreciendo de esta manera la recuperación y estimulando el consumo de tratamientos complementarios al procedimiento, esto aportaría positivamente en la economía local en términos de gasto y converge con otros mercados como la gastronomía, hostelería, transporte y turismo en general.

Sobre el marketing en salud consideran que se debe impulsar cada vez más y desde las entidades gubernamentales teniendo en cuenta el aporte al PIB del país, las estrategias sobre todo de marketing digital son necesarias para atraer pacientes internacionales. Por otra parte, los prestadores de salud pueden destacar sus fortalezas y competencias en áreas específicas de la medicina, como la cirugía estética, la odontología, la medicina especializada, entre otros, esto permite que los turistas de salud conozcan la oferta médica disponible y tomen decisiones informadas sobre dónde recibir atención, opinan, compartir historias y testimonios o casos de éxito de turistas de salud que han recibido atención médica en la ciudad que pueden llegar a transmitir confianza, credibilidad y generar un impacto positivo en la decisión del destino para recibir atención médica.

Los testimonios de pacientes satisfechos pueden respaldar la calidad de los servicios médicos y fomentar la confianza en los prestadores de salud y destacar el uso de tecnología avanzada además del equipamiento médico de vanguardia, la disponibilidad de tecnología de última generación y procedimientos médicos innovadores puede atraer a pacientes internacionales que buscan opciones de tratamiento avanzadas. El marketing digital puede comunicar la inversión en infraestructura y tecnología para brindar servicios médicos de alta calidad.

Las mesas de trabajo con entidades gubernamentales, la conectividad entre prestadores de salud y otras partes interesadas pueden facilitar la coordinación y colaboración en la planificación y ejecución de estrategias para promover el turismo en salud. Consideran importante identificar oportunidades y superar desafíos en pro de desarrollar proyectos que pueden llegar a mejorar la infraestructura turística y de transporte para brindar una experiencia más cómoda y conveniente.

También puede ayudar a establecer estándares y regulaciones claras para el mercado del turismo en salud. Esto puede incluir regulaciones en materia de calidad de atención médica, seguridad del paciente, ética en la prestación de servicios médicos y prácticas de marketing. Estos estándares pueden contribuir a una mayor confianza y seguridad de los pacientes internacionales en los servicios médicos ofrecidos.

La humanización del servicio a través del tiempo se ha convertido en un factor clave para atraer y fidelizar pacientes. Cuando se prioriza brindar un trato cálido y empático, se crean mejores vínculos médico paciente, los pacientes se sienten acogidos y valorados en un momento que puede ser emocionalmente delicado. Este punto converge con la mejora en la capacitación del personal médico y de atención al paciente. Consideran muy importante invertir en programas de formación con énfasis en el personal administrativo y asistenciales, así puedan adquirir habilidades comunicativas, empatía y comprensión cultural, lo que se traduce en una experiencia del paciente más satisfactoria y personalizada.

Estas mejoras en la capacitación, permite al personal que tiene contacto directo con el paciente internacional entender las necesidades específicas de los pacientes internacionales, como la posible barrera del idioma o las diferencias culturales. Al adaptarse a estas particularidades, se crea un entorno de confianza que fortalece la relación médico-paciente y aumenta la satisfacción del turista.

Por último y no menos trabajar por una ciudad segura es un aspecto determinante para el éxito del turismo en salud. Al mejorar la seguridad en Cali, los pacientes internacionales se sienten protegidos y confiados durante su estancia. Esto, a su vez, favorece la elección de la ciudad como destino médico, ya que los turistas valoran tanto la calidad de la atención médica como su seguridad personal y la de sus pertenencias.

4. Discusión

Algunos autores como (Mantilla Mejía et al., 2023) han coincidido en los hallazgos obtenidos en esta investigación en temas puntuales como el crecimiento del turismo en salud que se ha venido dando en los últimos años posicionando a Colombia como unos de los países destino preferidos. Por otra parte, el mismo autor señala que el dominio de otro idioma es crucial para brindar un servicio más completo. De acuerdo con esta investigación se confirma lo expuesto por los autores y se espera seguir investigando de cara al paciente internacional para lograr comprender la problemática desde la perspectiva con el fin de capturar todos los puntos de vista de los actores del ecosistema del turismo médico en Cali.

Del otro lado, otro autor señala que la calidad de la prestación de los servicios de salud está altamente cuestionada debido a las experiencias negativas que viven en los momentos de verdad. (López Manllama O, 2018). La inseguridad de la ciudad es uno de los puntos más relevantes y negativos que la mayoría de los prestadores han identificado como retos y que indudablemente se debe corregir con la colaboración del gobierno local para que se brinde espacios seguros a los turistas sanitarios.

Teniendo en cuenta el concepto de marketing más reciente de la American Marketing Association “El marketing es la actividad, el conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los clientes, los socios y la sociedad en general (A M A, 2017). De acuerdo a la definición anterior y los resultados de esta investigación se debe trabajar en la implementación de marketing estratégico en las empresas prestadoras de salud internacional de la ciudad e implementar estrategias de marketing digital que ayuden a dar a conocer los servicios de salud en los países de interés, fortaleciendo los servicios ofrecidos aplicando estrategias de Cross-selling es decir estrategias de venta cruzada a la compra principal que realiza el consumidor sanitario (Hammond, 2023) por otra parte, se pueden implementar estrategias de Up selling que son aquellas estrategias de marketing sobre productos complementarios que motivan a el consumo de productos que generen un mayor gasto (Hammond, 2023).

La calidad en los servicios sanitarios es de suma importancia y es una de las ventajas que los prestadores reconocen como importantes en las entrevistas, en Colombia en la actualidad muchas empresas del sector Instituciones prestadoras de salud están trabajando para cumplir con la certificación de la calidad ISO 9001, conlleva una serie de beneficios significativos. En primer lugar, esta certificación permite mejorar la calidad de los servicios ofrecidos, lo que se traduce en una atención médica más eficiente y efectiva para los pacientes (Salazar Villegas B, 2023). Adicional a todo lo anterior y como se evidencia en los resultados se requieren servicios humanizados, Las instituciones de salud deben proveer recursos y capacitación en humanización para mejorar la calidad de atención. También es importante que las universidades y organizaciones formen profesionales en salud con enfoque en la humanización. Esto beneficia a los usuarios y pacientes (Correa Zambrano, 2016).

5. Conclusiones

En conclusión las fortalezas del turismo en salud en Cali, de acuerdo con los resultados, Cali se fortalece principalmente desde el crecimiento en el portafolio y calidad de los servicios, la diversidad de especialidades médicas y procedimientos disponibles se considera un respaldo que solo se obtiene a través de los años de experiencia y el crecimiento en infraestructura en salud en donde sobresale la excelencia y reconocimiento médico a nivel internacional, por ende la ciudad, el gremio y las entidades gubernamentales generan esfuerzos día a día para sostener esta reputación a pesar de las barreras que se puedan presentar.

En el proceso de investigación se resalta un potencial significativo para elevar la calidad de los servicios médicos ofrecidos en la región. Esta mejora no solo atraería a pacientes locales, sino que también sería un imán para pacientes extranjeros que buscan tratamientos especializados. La calidad en la atención médica no solo se refiere a la competencia médica, sino también a la excelencia en el trato al paciente y la implementación de tecnologías médicas de vanguardia.

Es evidente que los prestadores de servicios de turismo internacional de salud en Cali están confrontando diversas problemáticas que exigen una atención por parte de las entidades gubernamentales. Urge la implementación de normativas sólidas que aborden de manera efectiva la informalidad y la ilegalidad que aquejan al sector. La ausencia de regulaciones concretas no solo afecta la competencia leal, sino que también puede comprometer la calidad de los servicios prestados y la seguridad de los pacientes internacionales.

Adicionalmente, es importante reconocer el valioso aporte que los prestadores de turismo en salud hacen a la ciudad. En este sentido, resulta necesario que exista un nivel apropiado de promoción e inversión en el mercado para respaldar su crecimiento y sostenibilidad. Es innegable que la industria de turismo en salud no solo contribuye a la economía local, sino que también proyecta la imagen de la ciudad a nivel internacional. Sin embargo, para maximizar estos beneficios, es crucial que las autoridades locales aborden las preocupaciones relacionadas con la inseguridad que pueden disuadir a potenciales pacientes internacionales.

En cuanto propuestas o estrategias no solo son un paso esencial hacia el desarrollo del sector, sino que también son fundamentales para asegurar que el crecimiento sea sostenible y exitoso en el tiempo.

Una de las principales áreas de enfoque debe ser la colaboración entre prestadores. El éxito del turismo en salud no puede lograrse de manera aislada; requiere la unión de diferentes actores, incluyendo los prestadores de servicios médicos, las autoridades locales y regionales, y las entidades turísticas. La colaboración estratégica permitirá aprovechar las fortalezas individuales de cada uno y abordar de manera más efectiva los desafíos y oportunidades del sector. Además, esta colaboración puede impulsar la creación de redes y alianzas que fomenten la

confianza y la transparencia en el sector, factores clave para atraer a pacientes internacionales.

La promoción efectiva también se posiciona como una herramienta crucial. No basta con tener servicios médicos de calidad si estos no son comunicados adecuadamente. Un administrador en salud dentro de las habilidades de su perfil podría desempeñar un papel activo en la creación de estrategias de promoción que resalten los atributos únicos de la ciudad como destino de turismo en salud. Esto incluye la creación de contenido atractivo y educativo que informe a los pacientes potenciales sobre los servicios disponibles, los especialistas destacados y las instalaciones de vanguardia.

Referencias Bibliográficas

- A M A. (2017). *What is Marketing? — The Definition of Marketing — AMA*. <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- Alcivar Soria, E. E. (2021). La influencia del liderazgo en el clima organizacional de los docentes universitarios: un estudio exploratorio. *Journal of Economic and Social Science Research*, 1(4). <https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v1/n4/40>
- Casanova-Villalba, C. I., Herrera-Sánchez, M. J., Rivadeneira-Moreira, J. C., Ramos-Secaira, F. M., & Bueno-Moyano, F. R. (2022). Modelo Kaizen en el sector público. In *Modelo Kaizen en el sector público* (1st ed.). Editorial Grupo AEA. <https://doi.org/10.55813/egaea.l.2022.8>
- Casanova-Villalba, C. I., Intriago Sánchez, J. E., Molina Valdez, L. A., & Moreira Vera, N. C. (2022). Importancia de los principios éticos en los negocios globales. In *Resultados Científicos de la Investigación Multidisciplinaria desde la Perspectiva Ética* (pp. 33–52). Editorial Grupo AEA. <https://doi.org/10.55813/egaea.cl.2022.11>
- Correa Zambrano, M. L. (2016). La humanización de la atención en los servicios de salud: un asunto de cuidado. *Revista CUIDARTE*, 7(1), 1227. <https://doi.org/10.15649/cuidarte.v7i1.300>
- García, J. (2017). Turismo médico: concepto y características. *Revista Científica General José María Córdova* 1, 15 (19), 269-284.
- Hammond, M. (2023). *Cross-selling y up-selling: qué son, cómo se aplican y ejemplos*. Hubspot.Es. <https://blog.hubspot.es/service/cross-selling-upselling>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & del Pilar Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la investigación, 5ta Ed.* www.FreeLibros.com
- Herrera-Sánchez, M. J. (2021). Estrategias de Gestión Administrativa para el Desarrollo Sostenible de Emprendimientos en La Concordia. *Journal of*

Economic and Social Science Research, 1(4).
<https://doi.org/10.55813/gaeal/jessr/v1/n4/42>

- Herrera-Sánchez, M. J., Olmedo Jumbo, G. J., Quezada Valarezo, Y. D., & Rivas Bravo, A. L. (2022). Ética frente a la discriminación contra la mujer en el ambiente laboral en el Ecuador. In *Análisis Científico de la Ética desde la Perspectiva Multidisciplinaria* (1st ed.). Editorial Grupo AEA. <https://doi.org/10.55813/egaea.cl.2022.3>
- Jumbo, E., Avila, A., Herrera Feijoo, R. J., Chicaiza Ortiz, Á. F., Morocho Cuenca, M., & Chicaiza Ortiz, C. D. (2021). *Evaluación de la biodiversidad, amenazas y estatus de conservación de la flora y fauna del Bosque Petrificado Puyango*.
- López Manllama O. (2018). Política de calidad en salud: requisitos de habilitación y su efecto en la situación financiera de una IPS en Cali, 2018. *Revista Sapientia*, 19, 65–74. <https://doi.org/https://doi.org/10.54278/sapientia.v10i19.64>
- Mantilla Mejía, H., López Mallama, O. M., & Salazar Villegas, B. (2023). Turismo de Salud en Colombia: Un enfoque estratégico. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(2). <https://doi.org/10.56712/latam.v4i2.919>
- Mantilla Mejía, H., López Mallama, O. M., & Salazar Villegas, B. (2023). Turismo de Salud en Colombia: Un enfoque estratégico. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4 (2). <https://doi.org/10.56712/latam.v4i2.919>
- Martínez, M. (2016). Desarrollo de un destino de turismo médico en el contexto de la frontera México- Estados Unidos: el caso de Ciudad Juárez Chihuahua, México. Universidad de Girona.
- Priego Álvarez, H. R. (2015). *Mercadotecnia en salud, aspectos básicos y operativos*.
- ProColombia. (2020). Colombia: destino líder en turismo médico.
- Revista Salud Digital. (2015). El boom del turismo en salud en Colombia Obtenido de Revista Salud digital para Latinoamérica: <https://www.revistasaluddigital.com/es/noticia/el-boom-del-turismo-en-salud-en-colombia/>
- Salazar Villegas B, S. I. N. U. C. J. (2023). *Ventajas de la certificación de la calidad ISO 9001:2015 en las*.
- Strauss, A. L. (2002). *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada* (J. Corbin, Ed.) [Book]. Universidad de Antioquia.
- Yuni, J. A., & Urbano, C. A. (2022). Metodología y técnicas para Investigar: recursos para la elaboración de proyectos, análisis de datos y redacción científica. *Brujas*, 163–247. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/160315>