



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**ANÁLISIS DE MERCADO PARA LA IMPLANTACIÓN DE UNA EMPRESA  
QUE BRINDE TURISMO MÉDICO EN ECUADOR PARA ESTADOS UNIDOS**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos  
establecidos para optar por el título de:  
Licenciado en Ciencias Económicas y Administrativas  
Mención Negocios Internacionales

Profesora Guía:  
Ing. Johanna Pinargote

Autor:  
Jonathan Daniel Novillo Pazmiño

Año  
2012

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el/la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

---

Johanna Elizabeth Pinargote Montenegro

Ingeniera

C.I.: 130864567-8

### **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE**

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

---

Jonathan Daniel Novillo Pazmiño

C.I.: 172090537-9

**AGRADECIMIENTOS**

Familia

Amigos

Profesores

## RESUMEN

El presente análisis de mercado busca investigar en primer lugar, si el mercado ecuatoriano cuenta con los recursos, tecnológicos, físicos y de conocimiento para ofrecer servicios de salud y turismo a turistas de Estados Unidos; además, de presentar diversas variables referentes a turismo y salud.

En segundo lugar analizar la competencia en el mercado nacional e internacional, sus ventajas y desventajas, costos y precios referenciales, además de mostrar los diferentes proveedores, canales de comunicación, distribución y productos complementarios para una empresa de turismo médico que quiera atraer turistas al Ecuador.

Finalmente, se investigará el mercado estadounidense, con el fin de conocer sus gustos, preferencias y tendencias, con el afán de predecirlos, formar servicios de turismo médico y plantear estrategias a seguir para ingresar al mercado estadounidense y satisfacer sus necesidades y requerimientos.

## **ABSTRACT**

This market analysis seeks to investigate first, whether the Ecuadorian market has the technologic and physical resources, and the knowledge to provide health services and tourism to tourists from the United States; besides presenting a number of variables relating to tourism and health.

Second, it analyzes competition in the domestic and international markets, their advantages and disadvantages, costs and referential prices, and also shows the different suppliers, channels of communication, distribution and complementary products for any medical tourism company that wants to attract tourists to Ecuador.

Finally, it gives an inside view into the U.S. market in order to know their tastes, preferences and trends, in an effort to predict medical tourism needs, create ideas to offer services and propose strategies to enter the U.S. market and meet their needs and requirements.

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCION .....</b>	<b>1</b>
<b>1 CAPÍTULO I. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....</b>	<b>2</b>
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.3 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS .....	2
1.4 OBJETIVOS .....	3
1.4.1 Objetivo General.....	3
1.4.2 Objetivos Específicos.....	3
1.5 JUSTIFICACIÓN .....	4
1.6 MARCO TEÓRICO.....	4
1.6.1 Teoría Clásica del Comercio Internacional .....	4
1.6.1.1 Ventaja Absoluta .....	4
1.6.1.2 La Ventaja Comparativa.....	5
1.6.1.3 ¿Qué es Medicina? .....	5
1.6.1.4 ¿Qué es Turismo? .....	5
1.6.1.5 Enfoques que se le dió al Turismo .....	6
1.6.2 Tipos de Turismo .....	7
1.6.3 El Turismo Médico en las Economías.....	7
1.6.4 Investigación de Mercado .....	8
1.6.4.1 El Mercado.....	9
1.6.4.2 Segmentación de Mercado .....	9
1.6.5 Las 4P's (Producto, Precio, Plaza, Promoción) .....	10
1.6.5.1 El Producto o Servicio.....	10
1.6.5.2 El Precio.....	10
1.6.5.3 La Plaza .....	10
1.6.5.4 La Promoción o publicidad.....	11
1.6.5.5 El Consumidor.....	11
1.6.5.6 La Cultura.....	11
1.6.5.7 La Tecnología .....	12
1.7 METODOLOGÍA.....	12
<b>2 CAPITULO II. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO A EXPORTAR/ IMPORTAR Y ANÁLISIS DEL SECTOR DE LA MEDICINA ECUATORIANA.....</b>	<b>14</b>
2.1 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.....	14
2.2 VENTAJAS OFRECIDAS RESPECTO A SERVICIOS SIMILARES .....	15
2.3 EVOLUCIÓN RECIENTE Y PERSPECTIVAS DEL SECTOR DE LA MEDICINA EN EL ECUADOR .....	15
2.3.1 Análisis de la Demanda y Saturación del Sector de la Salud Ecuatoriana.....	16

2.3.2	Evolución del Personal Médico Ecuatoriano .....	17
2.3.3	Clínicas y hospitales privados: Evolución y crecimiento .....	19
2.3.4	Contribución de la Medicina Privada al PIB .....	20
2.4	<b>FACTORES EXTERNOS QUE AFECTAN A LA INDUSTRIA DE LA MEDICINA ECUATORIANA.....</b>	<b>21</b>
2.4.1	Factores Económicos .....	22
2.4.1.1	Índice de Precios al Consumidor.....	22
2.4.1.2	Inflación.....	23
2.4.1.3	Impuestos al Turista.....	23
2.4.2	Factores Sociales y Culturales.....	25
2.4.2.1	Asociaciones de Médicos, Hospitales y Clínicas Privadas .....	28
2.4.3	Factores Políticos .....	28
2.4.4	Factores Geográficos.....	30
2.4.5	Factores Tecnológicos.....	31

### **3 CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA, PROVEEDORES, CANALES DE COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN, PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS; COSTOS Y PRECIOS REFERENCIALES ..... 33**

3.1	COMPETENCIA.....	33
3.1.1	Competencia Directa .....	33
3.1.1.1	Medtravel .....	33
3.1.1.2	Medical Group Turism.....	34
3.1.1.3	Weltrek.....	35
3.1.2	Competencia Indirecta.....	36
3.1.2.1	Páginas que prestan el servicio de información relacionadas al Turismo Médico .....	36
3.1.2.2	Médicos que prestan servicio de Guía Turística en el Ecuador .....	37
3.1.2.3	Competencia Internacional.....	38
3.1.3	Análisis de la Competencia.....	38
3.1.3.1	Ventajas .....	38
3.1.3.2	Desventajas .....	39
3.2	<b>PROVEEDORES DE UNA EMPRESA DE TURISMO MEDICO .....</b>	<b>41</b>
3.2.1	Poder de Negociación de los Proveedores.....	41
3.3	<b>CANALES DE COMUNICACIÓN .....</b>	<b>44</b>
3.4	<b>CANALES DE DISTRIBUCIÓN .....</b>	<b>45</b>
3.5	<b>PRODUCTOS Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS .....</b>	<b>46</b>
3.6	<b>COSTOS Y PRECIOS REFERENCIALES .....</b>	<b>46</b>
3.6.1	Costos y Precios Referenciales en el Mercado (Caso de estudio Medtravel) .....	46



3.6.2 Costos Referenciales del Paquete de Turismo Medico Ofertado para esta Investigación .....	48
--	----

#### **4    CAPÍTULO    IV.            CARACTERÍSTICAS    Y REQUERIMIENTOS DEL MERCADO META..... 51**

4.1 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO ESTADOUNIDENSE: FACTORES ECONÓMICOS, DEMOGRÁFICOS, SOCIALES, CULTURALES, POLÍTICOS Y LEGALES .....	51
4.1.1 Factores Económicos .....	51
4.1.1.1 Índice de Precios al Consumidor.....	51
4.1.1.2 Producto Interno Bruto y Producción del Sector de la Salud y Asistencia Social .....	52
4.1.2 Factores Demográficos.....	53
4.1.2.1 Población de Estados Unidos .....	53
4.1.2.2 Migración Neta Estadounidense .....	53
4.1.3 Factores Sociales y Culturales de EE.UU.....	54
4.1.4 Factores Políticos y Legales .....	55
4.1.4.1 Cobertura de los Seguros Médicos .....	55
4.1.4.2 Gasto en Salud .....	56
4.2 TAMAÑO DEL MERCADO ESTADOUNIDENSE.....	56
4.3 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR: GUSTOS Y PREFERENCIAS DE LOS ESTADOUNIDENSES.....	57
4.3.1 Destinos más Visitados por Estadounidenses .....	57
4.3.2 Comportamiento de los Turistas Estadounidenses.....	59
4.3.3 Tendencias a Procedimientos Médicos .....	60
4.4 BARRERAS Y TRATADOS COMERCIALES.....	60
4.4.1 Tratados Comerciales.....	60
4.5 Plan de mercadotecnia: Estrategia de las 4 P's .....	61
4.5.1 Estrategia de Servicio .....	61
4.5.2 Estrategia de Precio.....	63
4.5.3 Estrategia de Distribución .....	64
4.5.4 Estrategia de Comunicación .....	64

#### **5    CAPÍTULO    V.            CONCLUSIONES    Y RECOMENDACIONES ..... 66**

5.1 CONCLUSIONES.....	66
5.2 RECOMENDACIONES .....	68

#### **Referencias ..... 70**

## INTRODUCCION

El turismo es un sector que alberga diferentes tipos de industrias tales como la industria hotelera, transporte, seguros, salud, alimenticia y que impulsa al desarrollo de las mencionadas industrias, debido al comercio que generan y al aporte de divisas extranjeras al país.

El turismo médico, consiste en ir a otro país para realizarse una cirugía, ya sea porque es menos costosa o porque el país de destino tiene un nivel de tecnología y conocimiento más alto, ha sido un mercado que cada vez ha ido creciendo con el paso del tiempo.

Por otro lado, el mercado estadounidense es un mercado muy amplio y predispuesto hacia los servicios de salud en otro país, debido a los altos costos que estos representan para una persona y la dificultad que tienen para conseguirlos.

Por lo tanto, se vuelve necesario en primer lugar comprender los diversos factores que afectan al turismo médico en el país que ofrece los servicios de salud y turismo; y por otro lado, analizar el comportamiento de la industria del país al cual está dirigida una empresa de turismo médico.

En segundo lugar, el análisis de mercado demostró que las empresas de turismo médico del mundo ya producen paquetes de turismo médico; sin embargo, no satisfacen en su totalidad las necesidades de sus clientes y además cuentan con muchas falencias.

Por lo que, se vuelve una oportunidad para incursionar en el mercado de turismo médico, con una empresa que satisfaga las necesidades de los clientes, basada en las falencias de la competencia y que además obtenga un alto porcentaje de rentabilidad.

# **1 CAPÍTULO I. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA**

## **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En un mundo que cada vez está más avanzado en medicina y una sociedad que ha pasado de la básica preocupación por alimentación y albergue a un constante deseo de calidad y cantidad, además de la necesidad de verse y sentirse bien.

Por otra parte el número de personas que necesitan atención médica en la mayoría de hospitales de países desarrollados como Estados Unidos no la pueden conseguir ya que las listas de espera y los precios son muy altos.

Este proyecto tiene como objetivo principal analizar si el mercado estadounidense estaría dispuesto a viajar al Ecuador para realizarse cirugías menores, donde el precio de estas cirugías es bajo por diversas razones; además de dar a conocer la calidad de especialización en cirugías menores a la gente y las diversas facilidades que otorga el Ecuador para realizarse una cirugía en comparación con otros países y por otro lado, dar a conocer los lugares turísticos que ofrece el Ecuador.

## **1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

¿Existe factibilidad, de acuerdo a un análisis de mercado, para la implantación de una empresa que brinde turismo médico en Ecuador para Estados Unidos?

## **1.3 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS**

Mientras existan menores precios en la medicina e intervenciones médicas en Ecuador, más gente estará dispuesta a entrar al mercado ecuatoriano para realizarse ciertas cirugías.

## **1.4 OBJETIVOS**

### **1.4.1 Objetivo General**

Determinar si es factible la implantación de una empresa que brinde turismo médico en Ecuador para Estados Unidos.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Describir el servicio de turismo médico y sus ventajas frente a servicios similares; analizar la evolución del sector de la medicina y el turismo en Ecuador, además de factores económicos, políticos, geográficos, tecnológicos, sociales y culturales que afecten a la industria del turismo médico.
- Analizar la competencia, proveedores, canales de comunicación y distribución; además de costos, precios referenciales, y servicios complementarios para una empresa de turismo médico con residencia en Ecuador.
- Describir el mercado estadounidense y analizar sus factores económicos, demográficos, sociales, culturales, políticos y legales, además del comportamiento de compra de los estadounidenses, sus gustos y preferencias; así como, las barreras que afectan la demanda de turismo médico.
- Evaluar la mejor forma de ingresar al mercado estadounidense mediante un plan de mercadotecnia que plantee estrategias de servicio, precio, distribución y comunicación.

## **1.5 JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación de mercado ayudará a saber si existe un mercado en Estados Unidos dispuesto a pagar por la prestación del servicio de turismo médico en el Ecuador, además de conocer las características que tiene este mercado, esto nos ayudará en caso de emprender una empresa con el giro de negocio mencionado.

## **1.6 MARCO TEÓRICO**

El marco teórico en el que se basará esta investigación, es principalmente el deseo que tienen las personas, de abrirse a otros mercados para intercambiar productos o servicios. Según V. de Riqueti (1763) el mercantilismo es una teoría económica que indica que el comercio exterior es una gran fuente de desarrollo económico, y que en un futuro da paso a las teorías clásicas del comercio internacional. (eco-finanzas.com, 2012)

¿Pero porque la gente intercambia? esta es una de las preguntas que busca contestar la economía internacional y que plantea, que las personas intercambian bienes o servicios porque esto les genera mayor utilidad; es decir el intercambio surge de las diferencias en gustos y preferencias de las personas.

### **1.6.1 Teoría Clásica del Comercio Internacional**

#### **1.6.1.1 Ventaja Absoluta**

En su libro La Riqueza de las Naciones en 1776, Adam Smith dice que los países incrementan sus riquezas mediante la producción y el intercambio de mercancías y esto lo consiguen, mediante la especialización o el aprovechamiento de ventajas absolutas; es decir especializándose en los productos que tengan un menor costo de producción. Pero estas teorías tienen

supuestos que no se cumplen en la realidad, ya que consideran solo dos países y dos productos, además un país puede tener ventajas absolutas en sus dos productos con respecto a otro país. (La Riqueza de las Naciones, 1776)

### **1.6.1.2 La Ventaja Comparativa**

Plantea que un país debe exportar el bien que le resulte más barato producir en términos relativos, y que lo intercambie por aquel que le resulte más caro; de esta manera obtendrá un beneficio del comercio aun cuando no tenga ventajas absolutas con respecto a otro país. (David Ricardo, Principios de Economía Política y tributación, 1817).

### **1.6.1.3 ¿Qué es Medicina?**

La medicina hace referencia a la ciencia que busca prevenir y curar las enfermedades que aquejan a los seres humanos.

La medicina junto con otras disciplinas como la enfermería forman la ciencias de la salud que como se dijo antes buscan la prevención, el tratamiento y la erradicación de las enfermedades.

### **1.6.1.4 ¿Qué es Turismo?**

Son todos aquellos viajes que las personas hacen hacia otro lugar diferente al que habitualmente reside, por el simple hecho de viajar y distraerse.

Este puede ser en el mismo país de origen o en el extranjero y por un tiempo menor a un año.

A lo largo del tiempo surgieron diferentes teorías que buscaban definir el turismo así por ejemplo:

Para los **sajones** lo denominaban turn-us (lo que da vueltas) y turn-are (dar vueltas) lo que quería decir una partida con regreso. A medida que fue cambiando el tiempo en el siglo XII se les pedía a los nobles que viajaran para distintos reinos con el fin de que adquirieran conocimientos que les ayudaran a gobernar posteriormente.

A través del tiempo el término turismo ha ido cambiando o pasando por tres etapas; La primera es que el turismo comienza a ser estudiado como fenómeno social por la escuela alemana. La segunda etapa es cuando surge el turismo como una forma de movilizar masas con el apareamiento de la aviación comercial después de la segunda guerra mundial y la tercera etapa que es el turismo moderno que surge con el apareamiento de la OMT (Organización Mundial de Turismo) en la década de los 70 con el fin de alinear las políticas turísticas nacionales.

#### **1.6.1.5 Enfoques que se le dió al Turismo**

A principios del siglo XX (Morgenroth, 1929) da una definición sobre el tránsito de forasteros y sostiene que *“es el tránsito de personas, que temporalmente se ausentan de su domicilio habitual, para satisfacción de exigencias vitales o culturales o deseos personales de diverso tipo, convirtiéndose por otra parte en usuarios de bienes económicos o culturales”*. (blogspot, 2011)

En la década de los 60 se aclaró la importancia que tiene el turismo en las economías nacionales y su aporte en el comercio internacional de esta manera desde el punto de vista económico el turismo es *“el conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, servicios, diversiones, enseñanza, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas derivadas de motivaciones”*.

### 1.6.2 Tipos de Turismo

**Turismo de aventura.-** es aquel que se lo realiza en zonas naturales con el fin de realizar todo tipo de deportes desde acuáticos hasta deportes extremos como el mountain bike o el rafting. (Mis respuestas, 2011)

**Turismo arqueológico.-** generalmente se lo realiza en lugares históricos y que son considerados patrimonios de la humanidad y se lo realiza con el fin de educar y culturizar a la gente. (Mis respuestas, 2011)

**El ecoturismo.-** es uno de los más explotados en la actualidad, debido al incremento de la preocupación de las personas por el planeta y consiste en concientizar a los turistas en la preservación de la flora y fauna y en lo relevante que es la naturaleza y el ecosistema. Al igual que el respeto a las localidades que viven en los parajes visitados. (Mis respuestas, 2011)

**El turismo medico.-** se lo realiza con el fin de dar a conocer a los turistas las diferentes facilidades que se dan en en el país de destino para realizarse cirugías. Además es uno de los que más aporta al ingreso de capital al país ya que relaciona la industria del turismo con la de la salud, y en muchos casos con la de los seguros.

### 1.6.3 El Turismo Médico en las Economías

El turismo es una parte importante de cualquier economía ya que es una actividad que se encuentra relacionada con un gran número de industrias como lo son las de los alimentos, la hotelera, transporte. Es por esto, que en casi todos los países del mundo representa una parte importante de su economía y más aún si lo relacionamos con la medicina ya que no solo incentiva a construir más hoteles para albergar a los turistas, sino que también fomenta a que los hospitales y clínicas particulares se especialicen y mejoren cada vez más sus instalaciones y esto hará que haya una mayor inversión extranjera de capitales, lo cual ayuda a la economía. (Turismo Medico, 2012a)



#### 1.6.4 Investigación de Mercado

Según Roberto Hernandez Sampieri en su libro metodología de la investigación define a la investigación como “*conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican a estudio de un fenómeno*” por lo tanto la investigación de mercados es el conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos para conocer las características y comportamientos de un mercado meta, con el fin de solucionar posibles problemas al momento de ofrecer un producto o servicio. (Sampieri, 2010, pp. 4-5)

La investigación también se subdivide en 2 categorías, la investigación cuantitativa y la cualitativa.

La investigación cuantitativa es la que se realizará en este estudio y sirve para dar a conocer un fenómeno, tomando en cuenta datos numéricos y diferentes variables con el fin de predecir el comportamiento de dicho fenómeno y presentarlo al investigador de una manera descriptiva.

Este proceso de investigación se lo lleva a cabo de acuerdo a 10 diferentes fases relacionadas entre sí:

1. Se plantea la idea de estudio.
2. Se plantea el problema, analizando los diferentes obstáculos para realizar la investigación.
3. Se hace una revisión de la literatura y se desarrolla un marco teórico para la investigación.
4. Se visualiza el alcance de la investigación o estudio.
5. Se elabora hipótesis y se definen las posibles variables de la investigación.

6. Se desarrolla el diseño de investigación.
7. Define y selecciona una muestra o un grupo para el estudio.
8. Recolecta los datos del grupo o muestra antes seleccionados.
9. Analiza los datos
10. Elabora un reporte de resultados.

#### **1.6.4.1 El Mercado**

Se encuentra conformado por personas que tienen necesidades no satisfechas y que por lo tanto buscan productos o servicios para satisfacer dichas necesidades tomando en cuenta aspectos como la calidad, variedad, precio, etc. (PROMODE, 2011)

Existen dos tipos de mercado: el mercado real y el potencial.

El mercado real → son las personas que adquieren el producto

El mercado potencial → son las personas que podrían adquirir el producto.

Una de las maneras para obtener una correcta investigación de mercado consiste en segmentar el mercado objetivo, para de esta manera poder aplicar correctas estrategias para satisfacer al cliente o posibles clientes.

#### **1.6.4.2 Segmentación de Mercado**

Consiste en identificar a los posibles compradores, de acuerdo a características similares como pueden ser: edad, sexo, religión; para posteriormente analizarlo y comprobar la posible aceptación y posicionamiento del producto. (Promonegocios, 2012)

## **1.6.5 Las 4P's (Producto, Precio, Plaza, Promoción)**

### **1.6.5.1 El Producto o Servicio**

Es todo aquello que se puede ofrecer a un mercado para su uso o consumo y que puede satisfacer un deseo o necesidad. Y se clasifican en 3 divisiones:

1. Los servicios.
2. Los productos duraderos.
3. Los productos no duraderos.

Además todo producto o servicio tiene un ciclo de vida, es decir un tiempo en el cual es aceptado y reconocido. (PROMODE, 2011)

### **1.6.5.2 El Precio**

Es todo aquel valor monetario, que la empresa espera recibir a cambio del producto o servicio que se comercializará.

Y es una de las variables fundamentales a la hora de ingresar a un nuevo mercado; ya que, es una parte considerable en como el cliente percibe el producto (caro o barato), y que además puede generar un sentimiento de satisfacción en el cliente. (soyentrepreneur.com, 2012)

### **1.6.5.3 La Plaza**

Es el lugar donde se comercializará o venderá el producto o servicio, y es un factor importante, ya que mientras existan más lugares donde el producto o servicio se comercialice más ventas tendrá la empresa. (soyentrepreneur.com, 2012)

#### **1.6.5.4 La Promoción o publicidad**

Es como se dará a conocer el producto o servicio ofrecido; es decir, cómo se comunicará al público objetivo de la existencia de la empresa y de las ventajas del producto, siempre intentando atraer al mayor número de clientes.

La publicidad siempre debe ser transmitida, por los medios de comunicación correctos, en función del público objetivo al que se desea llegar, ya que de esta manera se agilizará el proceso de venta del producto o servicio. (soyentrepreneur.com, 2012)

#### **1.6.5.5 El Consumidor**

Para tener una clara idea de lo que quiere el consumidor, se debe analizar su comportamiento, y esto se lo realizará investigando los diferentes aspectos, culturales, sociales, y personales tales como la edad, ocupación, circunstancias económicas, cambios en la demografía del consumidor etc. Además un análisis de las deficiencias en los negocios que molestan a los consumidores; ayudará a conocer que es lo que influye en la decisión de compra del consumidor. (PROMODE, 2011)

#### **1.6.5.6 La Cultura**

Se la puede definir como aquel conjunto de costumbres, creencias, idiomas, ideologías, formas de vestir que son pasadas de generación en generación y que moldea la forma de comportarse de una persona.

La cultura a lo largo del tiempo ha venido cambiando y hoy en día las personas se encuentran fuertemente influenciadas por la misma, y es por esto que buscan verse y sentirse mejor consigo mismo y con la sociedad. (Promo negocios, 2011)

### **1.6.5.7 La Tecnología**

A lo largo de los años y con el avance tecnológico cada vez mayor la tecnología ha ido reduciendo sus costos; es por esto, que hoy en día una operación de corazón que por ejemplo era impensable para un país que no tenía grandes avances tecnológicos, hoy por hoy es posible gracias a que las naciones pueden compartir sus conocimientos e intercambiar tecnología de una manera más rápida por el avance tecnológico.

Hoy por hoy se puede hablar de una cultura tecnológica ya que gracias a la tecnología el hombre ha ido desarrollando técnicas que facilitan y mejoran el bienestar de las personas además de fomentar las relaciones humanas pero de una manera menos interhumana es por esto que la tecnología y la cultura cada vez se encuentran más relacionadas. (Publicalpha, 2012)

## **1.7 METODOLOGÍA**

La metodología que se utilizó en la presente investigación de mercado fue principalmente:

Uso de fuentes secundarias como:

- Páginas web, blogs, y revistas online referentes a turismo y medicina; con las que se consiguió estadísticas e información sobre gustos y preferencias del consumidor estadounidense; además de información sobre la competencia y precios referenciales.
- Publicaciones gubernamentales de Ecuador y Estados Unidos con las que se recopiló información sobre número de habitantes, número de médicos, hospitales y clínicas, además de tendencias de producción y precios, referente a la salud y el turismo.

- Datos comerciales de firmas especializadas en la investigación de mercados, referentes a turismo y/o medicina, con las que se consiguió información sobre tendencias de uso o consumo del servicio de turismo médico en Estados Unidos y el mundo.
- Noticias en Diarios online con la que se consiguió información relevante que pueda afectar al turismo médico.

Uso de fuentes primarias como:

- Cuatro entrevistas a turistas extranjeros de diferentes nacionalidades como son: Sr. Paul Lane, la Sra. Gloria Chynoweth residentes estadounidenses; el Sr. Bruno Devetak de nacionalidad alemana y el Sr. Carlos Roger de nacionalidad española; con el fin de conocer el promedio de precios de intervenciones médicas; así como, los servicios complementarios al turismo médico tanto en Estados Unidos que es el mercado meta y en mercados internacionales que constituyen parte de la competencia. con esto se logra conocer las preferencias a la hora de escoger un destino para hacer turismo médico y corroborar la información ya obtenida de las investigaciones de mercado de las firmas especializadas.
- Visitas de campo a hospitales, clínicas, aerolíneas y empresas de transporte terrestre público y privado, de la capital ecuatoriana; con las cuales se recopiló información referente a la calidad de los servicios ofrecidos por dichos proveedores.

## **2 CAPITULO II. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO A EXPORTAR/ IMPORTAR Y ANÁLISIS DEL SECTOR DE LA MEDICINA ECUATORIANA**

### **2.1 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO**

El servicio de turismo médico que se analiza en el presente trabajo, consiste en atraer a los residentes de Estados Unidos hacia Ecuador, inicialmente a la ciudad de Quito; para que se realicen cirugías menores, (no requieren de hospitalización por más de 3 días) en el Ecuador y que son muy comunes, tales como las rinoplastias, mamoplastias, gluteoplastias, otoplastias, liposucciones, y cirugías dentales, y que desarrollen el turismo en la capital del Ecuador.

La empresa se encargará de crear y ofrecer paquetes de turismo médico de diferentes precios, en base a alianzas con diferentes empresas relacionadas a la industria del turismo y la medicina, y que además serán de acuerdo a las necesidades del cliente; es decir, se encargará de proporcionar al paciente y un acompañante los pasajes aéreos, el transporte interno a diferentes parques turísticos o citas médicas, alojamiento pre y post operatorio incluido el desayuno en diferentes hosterías de la capital, que cuenten con la infraestructura necesaria para la óptima recuperación del paciente; además del valor de la cirugía, medicinas por el tiempo de estadía en el país, y la coordinación de las citas con los diferentes cirujanos y especialistas. El paciente también contará con un seguro de viaje por el tiempo de estadía en el país.

Un adicional que brindará la empresa entre sus diferentes paquetes de turismo médico, es la visita a diferentes lugares turísticos con el fin de realizar turismo cultural, de compras, arqueológico o cualquier otra actividad relacionada al turismo (que no afecte la recuperación del cliente), en la capital ecuatoriana,

mientras el cliente espera por los resultados de los exámenes de cada procedimiento médico o la cita para la cirugía en sí.

El paquete no incluye los gastos extras debido a complicaciones de las cirugías, ya que estos valores son cubiertos por la aseguradora, ni ningún otro servicio, no especificado anteriormente.

Entre las cirugías que se ofertarán en un principio, están las cirugías plásticas, oftalmológicas y los procedimientos dentales ya que no necesitan un largo tiempo de recuperación.

## **2.2 VENTAJAS OFRECIDAS RESPECTO A SERVICIOS SIMILARES**

Con respecto a otros servicios similares, el servicio aquí analizado está en la capacidad de concentrar en un mismo lugar varios servicios, aparte de las operaciones en sí; es decir, el alojamiento, el transporte y el servicio de turismo cultural se encuentran inmersos en los paquetes de turismo médico que se ofertaría, lo cual hace que el servicio de turismo médico sea más atractivo, para el público en general.

Una de las ventajas que el turismo médico ofrece con respecto al servicio de la medicina en Estados Unidos, es principalmente el precio; sin embargo, hay otros factores que inciden en la decisión del consumidor como son, el tiempo de espera para poder realizarse tratamientos especializados, o simplemente por el afán de conocer nuevas culturas, nuevos lugares y al mismo tiempo mejorar su estado de salud.

## **2.3 EVOLUCIÓN RECIENTE Y PERSPECTIVAS DEL SECTOR DE LA MEDICINA EN EL ECUADOR**

Ecuador hoy en día cuenta con acceso a grandes avances en tecnología que le permiten estar a la altura de otros hospitales en países extranjeros. Sin



embargo, aún no cuenta con un número considerable de nuevas clínicas y hospitales que ayuden a satisfacer la creciente demanda de todos los ecuatorianos. (Diario hoy.com.ec, 2011a)

### 2.3.1 Análisis de la Demanda y Saturación del Sector de la Salud Ecuatoriana

Gráfico 1 Número de establecimientos de salud con y sin internación hospitalaria desde el año 2001 al año 2010



**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC 2001b, 2010c).

**Elaborado por:** El Autor

Como muestra el Gráfico 1, a partir de 2001 el número de establecimientos con internación hospitalaria ha crecido en un 19% y los establecimientos sin internación hospitalaria en un 7%, y en general 9% hasta 2010.

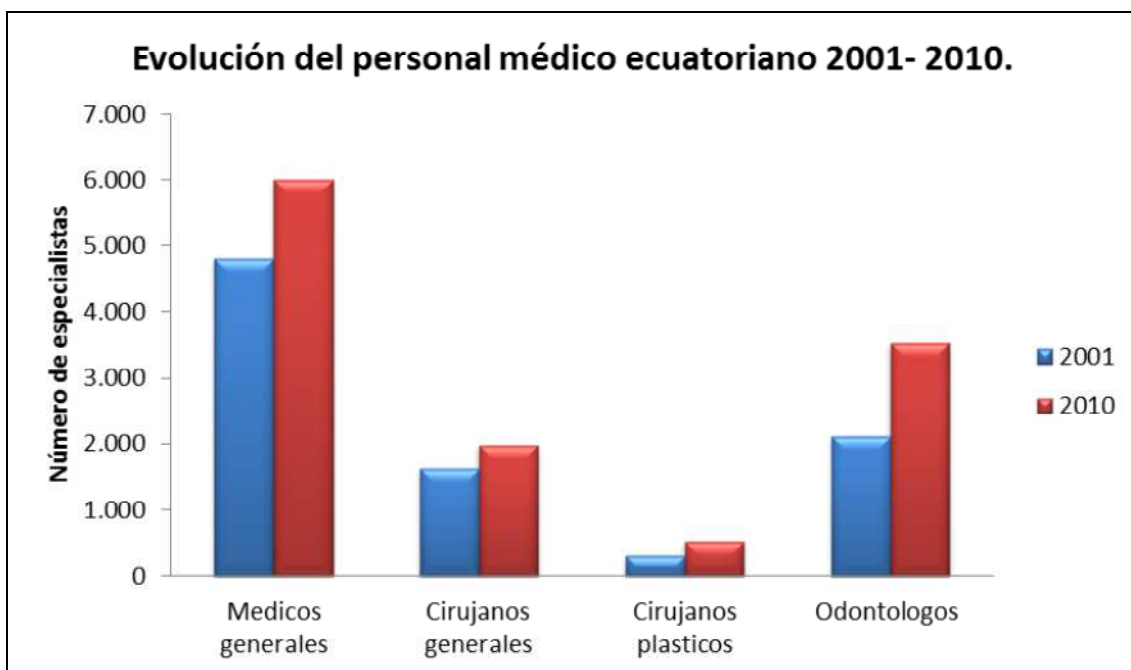
Sin embargo, el número de consultas por enfermedad ha aumentado de 9'581.306 en el año 2001 hasta 26'197.634 en el año 2010, lo que significa un incremento de casi el 250%; es decir, en promedio un establecimiento de salud atendía, 9 consultas por día en 2001 y luego aumentó a 22 consultas por día en 2010; lo que claramente muestra un panorama de saturación en este sector. (INEC, 2001a, 2010b)

Además, según las estadísticas del INEC existen aproximadamente 1,6 camas por cada 10.000 habitantes y 1405 salas de operación en todo el Ecuador, lo cual es un problema, aun cuando el promedio de estadía en un hospital sea de 4 a 5 días. (INEC 2009a)

### **2.3.2 Evolución del Personal Médico Ecuatoriano**

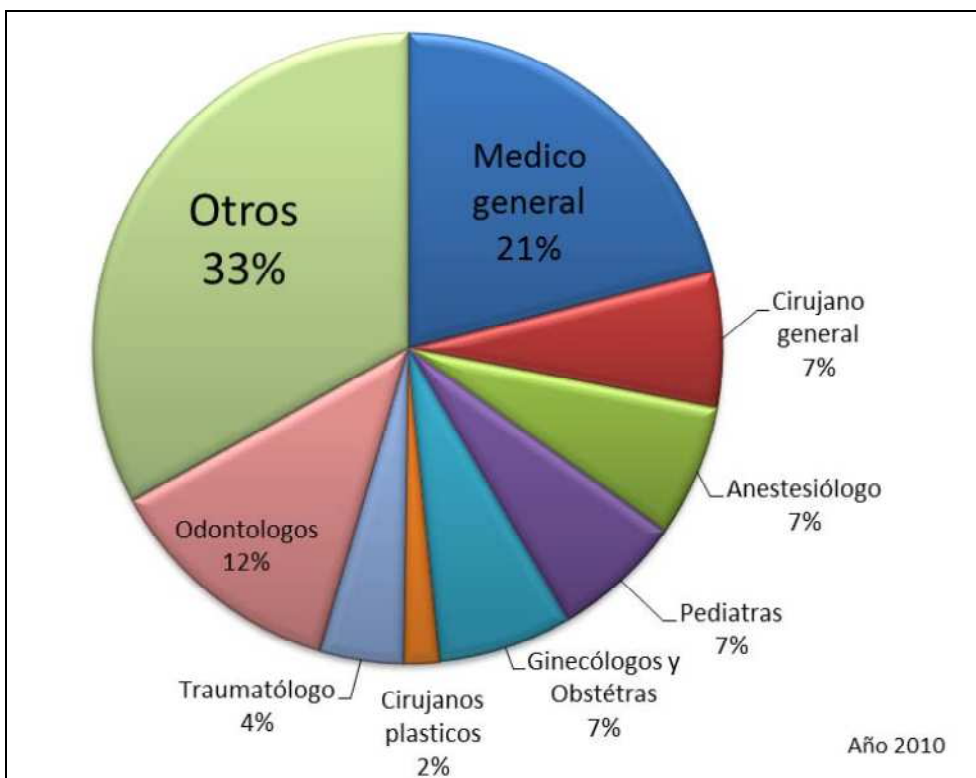
El número de médicos y odontólogos en el Ecuador se ha incrementado a partir de 2001 tal y como lo muestra el gráfico 2, sin embargo, aún no es suficiente para satisfacer la demanda de más de 14 millones de ecuatorianos, considerando que en 2010 se hicieron más de 26 millones de consultas de morbilidad y más de 4 millones de ellas fueron por emergencias médicas. (INEC, 2010b)

**Gráfico 2 Evolución del personal médico y odontológico 2001-2010**



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC 2001b, 2010c).  
 Elaborado por: El Autor

**Gráfico 3 Porcentaje del total de médicos y odontólogos del sector de la salud ecuatoriana**



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010d).  
 Elaborado por: El Autor

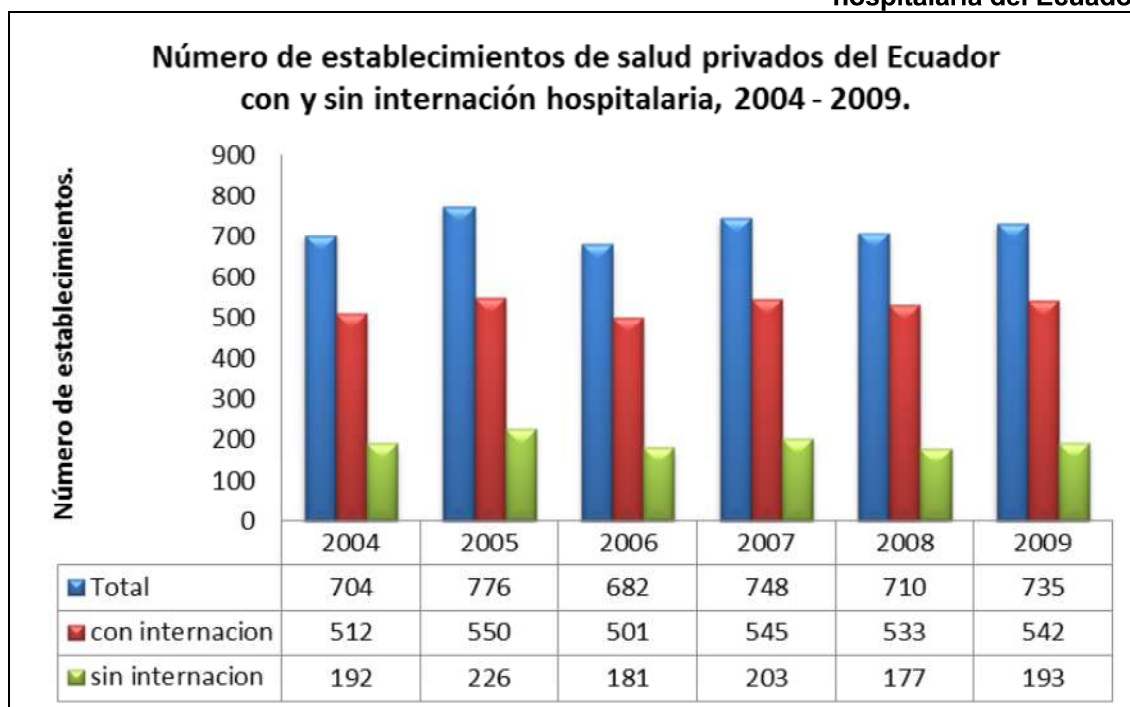
En los gráficos anteriores se visualiza que el mayor número de médicos del Ecuador son generales, anestesiólogos y cirujanos generales además de odontólogos. Sin embargo, en los últimos 10 años el número de odontólogos y cirujanos plásticos se ha incrementado en un 67% y 70%, respectivamente, debido a la creciente demanda de cirugías estéticas y odontológicas.

Además, Según el ex Consejo Nacional de Educación Superior (CONESUP) dijo en su informe publicado en 2008 sobre la determinación académica y jurídica de la universidades y escuelas politécnicas del Ecuador, plantea que el número de estudiantes matriculados en la carrera de medicina se duplicó con respecto hace 20 años, llegando a alrededor del 11% del total de matriculados en universidades o institutos públicos o privados en el Ecuador. Sin embargo las carreras de medicina aún no son apreciadas como lo son las relacionadas con la administración, el comercio o las ciencias sociales. (Ecuador Universitario, 2012)

### **2.3.3 Clínicas y hospitales privados: Evolución y crecimiento**

Del total de establecimientos de salud del país, el sector privado representa entre el 18% y 19%. Sin embargo, del total de establecimientos con hospitalización del país, el sector privado representa alrededor del 73,6%; es por esto que el gobierno necesita apoyarse en la medicina privada para solucionar la saturación que hay en el sector de la medicina estatal. (La Hora, 2012)

**Gráfico 4. Número de establecimientos de salud privados, con y sin internación hospitalaria del Ecuador**



**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC: 2004a, 2005a, 2006a, 2007a, 2008a, 2009b).

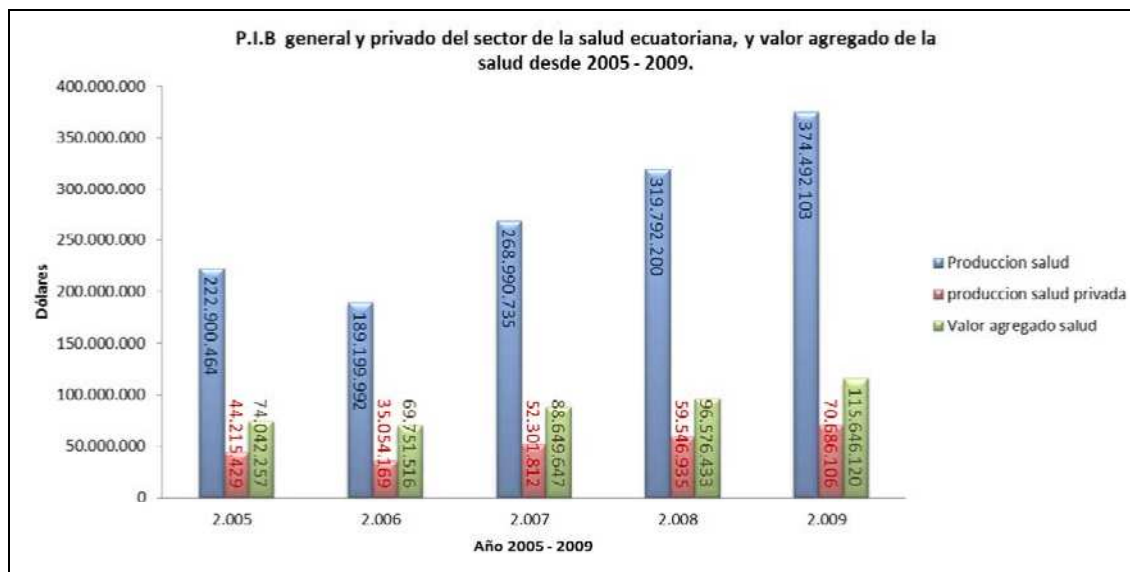
**Elaborado por:** El Autor

Como muestra el gráfico 4, Ecuador se ha mantenido fluctuando alrededor de los 725 establecimientos de salud privados, a partir del 2004 al 2009 lo cual es un problema si se considera que en el 2010 se hicieron 2 millones de consultas en centros de salud privados según el INEC, y la tasa de crecimiento de la población intercensal es de alrededor del 1.55% anual según los datos presentados por el INEC después del censo del 2010. (Elciudadano.gob.ec, 2011)

#### **2.3.4 Contribución de la Medicina Privada al PIB**

El PIB (Producto Interno Bruto) del Ecuador para el año 2009 fue de aproximadamente 52 mil millones de dólares.

**Gráfico 5 Producto interno bruto del sector de la salud ecuatoriana a nivel general y privado; y valor agregado de la salud desde 2005 a 2009, medido en dólares**



**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC: 2005b, 2006b, 2007b, 2008b, 2009c).

**Elaborado por:** El Autor

Como se ve en el gráfico 5 la producción a partir de 2005 hasta 2009 ha tenido un aumento considerable de alrededor del 68%; sin embargo el sector de la salud privada y estatal (medida de la suma de las actividades de hospitales, médicos y odontólogos, entre otras actividades relacionadas con la salud humana) representan el 0.11% y el 0.59% respectivamente del PIB, lo que claramente muestra que la industria de la salud aún no se ha desarrollado como en otros países. (INEC, 2009c)

## 2.4 FACTORES EXTERNOS QUE AFECTAN A LA INDUSTRIA DE LA MEDICINA ECUATORIANA

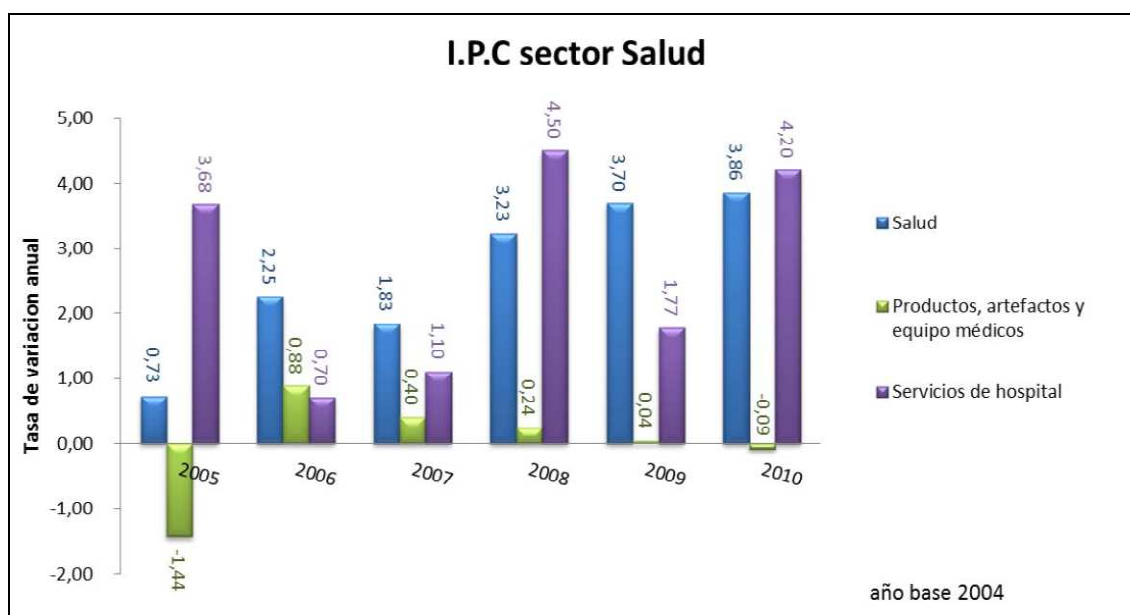
Entre los principales factores que afectan a la industria de la medicina y del turismo medico están: Factor económico, factores sociales y culturales, factores Políticos, factores tecnológicos, factores geográficos.

## 2.4.1 Factores Económicos

### 2.4.1.1 Índice de Precios al Consumidor

Una de las principales variables que afectan a la industria del turismo, y a cualquier otro tipo de industria, es sin lugar a duda el precio que se cobra. Por tal razón como se aprecia en el siguiente gráfico con datos del Banco Central, el I.P.C (Índice de precios al Consumidor) de los servicios referentes a la salud han subido considerablemente desde el año 2004, aunque se observa una desaceleración en el incremento de I.P.C para los años siguientes.

**Gráfico 6 Índice de precios al consumidor del 2005 al 2009 del sector de la salud ecuatoriana**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador (B.C.E, 2011a).

**Elaborado por:** El Autor.

Esta desaceleración en el aumento del índice de precios al consumidor en el sector de la salud principalmente el de las medicinas, se da en mayor medida por el incremento del control de las autoridades al sector público y privado a partir del 2008. (Ciudadanía informada, 2012)

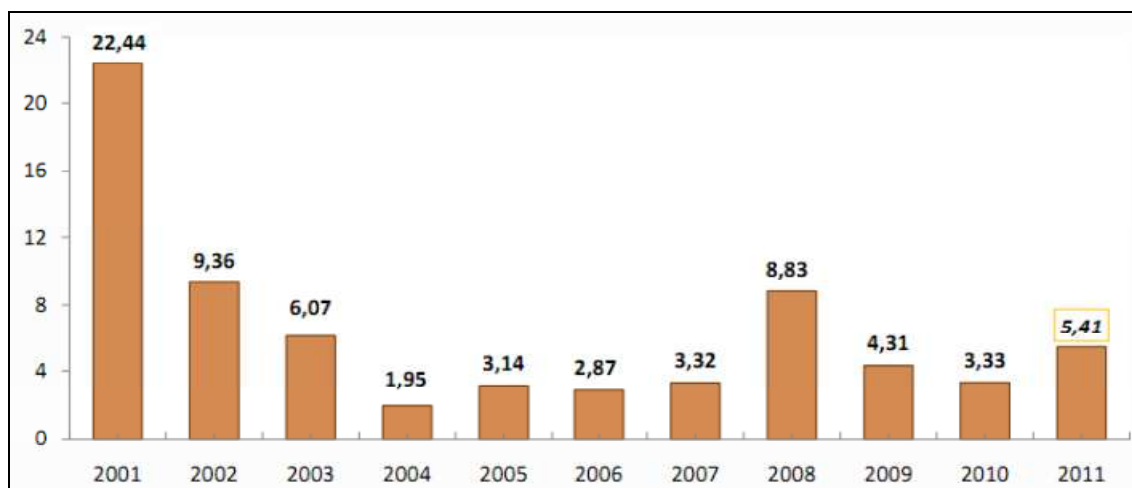
Por otro lado los precios de los productos, artefactos y equipo médico se han mantenido relativamente constantes en los últimos años; a diferencia de los servicios de hospital que han sido inestables desde 2007.

### 2.4.1.2 Inflación

La inflación es una de las variables más importantes ya que de esta se desprende el índice de precios al consumidor y nos da una guía de cómo está evolucionando el país en este caso Ecuador.

Y como se ve en el gráfico 7 para los años del 2008 y 2011 hubo un incremento debido a la crisis mundial, sin embargo como se apreció en el gráfico 1.5 el índice de precios al consumidor no afectó considerablemente al porcentaje total de inflación acumulada, ya que el sector salud representa alrededor del 3.7% del total de inflación.

**Gráfico 7 Inflación acumulada y anual periodo 2001 - 2011 del Ecuador**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador (B.C.E, 2011b Pag. #10).

**Elaborado por:** Banco Central del Ecuador (B.C.E).

### 2.4.1.3 Impuestos al Turista

Los principales impuestos que un turista debe pagar cuando entra al Ecuador son:



- El impuesto al valor agregado (I.V.A).
- Impuesto a consumos especiales (I.C.E).
- Tasa de servicio.
- Impuestos a parques y reservas naturales.
- Impuesto a la salida del país.

El impuesto al valor agregado o I.V.A es el impuesto pagado por la comercialización de bienes o servicios y afecta a todas las etapas de comercialización, y lo deben pagar todos los adquirientes de bienes y servicios, en los cuales este gravado este impuesto del 12% del valor del bien o servicio comercializado. (SRI, 2012a)

El impuesto a los consumos especiales o I.C.E es aplicado a bienes considerados por el gobierno como de lujo y que no son de primera necesidad tales como las bebidas alcohólicas o los cigarrillos y que su porcentaje va de acuerdo al tipo de producto comercializado. (SRI, 2012b)

La tasa de servicio es generalmente cobrado por hoteles, restaurantes, bares, etc. entre otras empresas que prestan servicio y la cual es del 10% del valor del bien o servicio contratado; sin embargo muchas de las empresas optan por incluir este impuesto y el I.V.A en el valor de venta al público. (Turismundial, 2012)

El impuesto a parques y reservas es un impuesto cobrado por las empresas encargadas de brindar mantenimiento y administrar el lugar y varía desde \$1 hasta los \$100 dependiendo del parque o reserva a visitar, y es cobrado al ingreso del mismo; por lo cual no está incluido en ningún paquete turístico. (Turismundial, 2012)

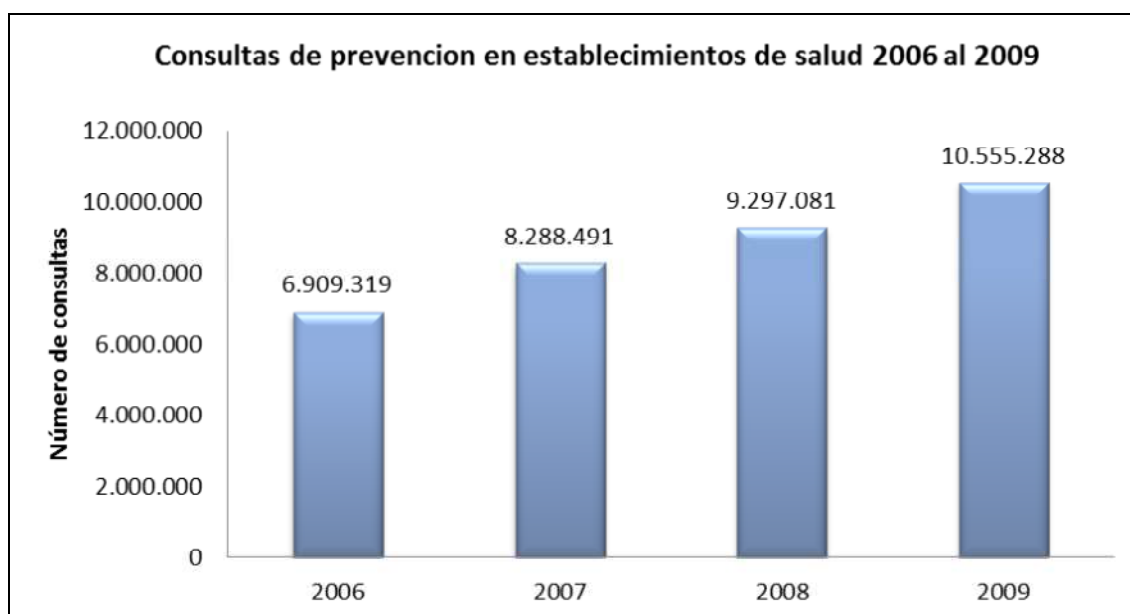
Tasa aeroportuaria o impuesto a la salida del país; es un valor cobrado por los aeropuertos, con el fin de solventar los gastos administrativos y de mantenimiento del mismo. En el caso de Ecuador a partir del 2011 ya están

incluidos en el costo del pasaje aéreo cobrado por las aerolíneas. (Vistazo, 2012)

#### 2.4.2 Factores Sociales y Culturales

El paso del tiempo, y la influencia de las sociedades extranjeras ha hecho que en el comportamiento de los ecuatorianos crezca la preocupación por verse y sentirse bien; es por esto que las personas acuden en mayor número a centros de salud, clínicas y hospitales, con el fin de solucionar características especiales o defectos físicos de las personas; además de prevenir otras enfermedades. Y como se ve en el gráfico 8, la preocupación de las personas por prevenir las enfermedades ha ido aumentando progresivamente.

**Gráfico 8 Número de consultas de prevención realizadas en establecimientos de salud del Ecuador**

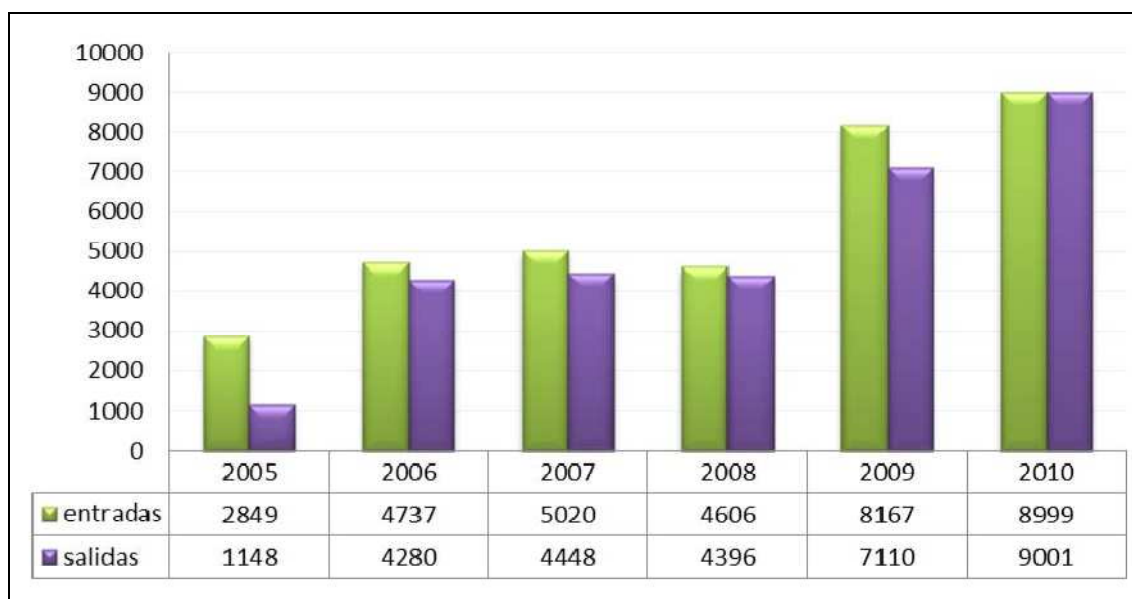


**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC 2006c, 2007c, 2008c, 2009d).

**Elaborado por:** El Autor

Otro variable que afecta a la industria del turismo médico, es la cantidad de personas que viajan a otro país ya que las mismas influenciarán en la decisión de optar por el servicio médico en un país o en otro.

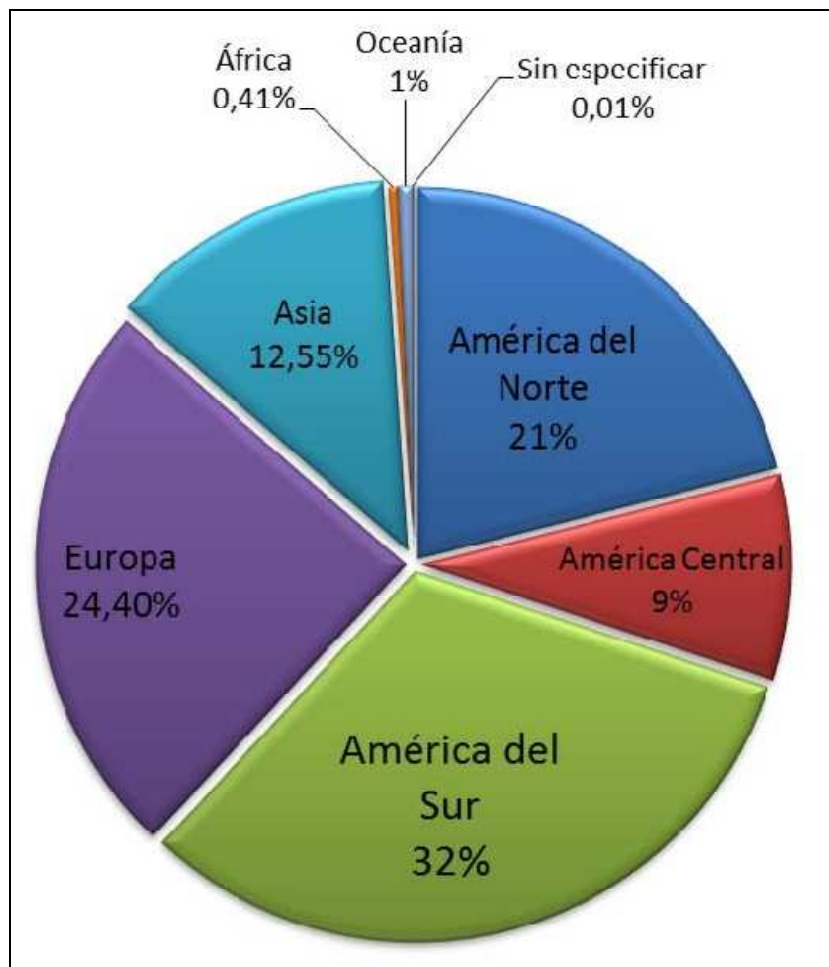
**Gráfico 9 Número de entradas y salidas de extranjeros al Ecuador con el fin de hacer turismo, deporte, salud, estudio, ciencia, arte o para ejecutar actos de comercio, desde el 2005 al 2010**



**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC 2005c, 2006d, 2007d, 2008d, 2009e, 2010e, 2010f).

**Elaborado por:** El Autor.

**Gráfico 10 Porcentaje de entradas de extranjeros según nacionalidad y categoría migratoria 12-IX, del 2010**



**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC 2010f).

**Elaborado por:** El Autor.

Como se puede notar en el gráfico 9 la entrada de extranjeros al Ecuador con el fin de hacer turismo médico, estudio, arte, ciencia o deporte en un plazo máximo de 6 meses (categoría migratoria 12-IX) se ha triplicado, desde el año 2005 al 2010 lo cual muestra un claro panorama de la evolución del turismo en el país. Por otra parte como muestra el gráfico 10 el mayor número de extranjeros que llega al país viene de Estados Unidos, seguido de Colombia en esta categoría migratoria.

Es por esto que la calidad de los procedimientos médicos en el Ecuador, han ido mejorando con el paso del tiempo, debido a la calidad de la educación y al enfoque que las escuelas de medicina buscan enseñar a sus alumnos,

inculcándoles principios de ética; por tal razón el Ecuador cuenta con 3 de los 45 mejores hospitales y clínicas en América Latina según el portal de turismo médico en América Latina. (Turismo Medico, 2012b)

#### **2.4.2.1 Asociaciones de Médicos, Hospitales y Clínicas Privadas**

En el Ecuador existen más de 26 Asociaciones, federaciones y sociedades destinadas al sector de salud.

Sin embargo, los hospitales más reconocidos del Ecuador se encuentran Asociados en la ACHPE (Asociación de Clínicas y Hospitales Privados del Ecuador) en la cual pueden compartir sus experiencias y conocimientos, además de enterarse de nuevos procedimientos y capacitaciones médicas para las diferentes áreas de la salud. De esta manera todos los miembros del ACHPE pueden fortalecerse tanto técnica, humana y administrativamente, y por ende brindar un servicio de calidad internacional a sus pacientes. (ACHPE, 2012)

Los cirujanos generales por su parte, cuentan con la Sociedad Ecuatoriana de Cirugía y los cirujanos plásticos con la SECPRE (Sociedad Ecuatoriana de Cirugía Plástica Reconstructiva y Estética); que brindan el servicio de información sobre capacitaciones, nuevos procedimientos y normas para las buenas prácticas médicas. (SECPRE, 2012)

#### **2.4.3 Factores Políticos**

Es uno de los más importantes, ya que todos los establecimientos que brinden un servicio como el de atención a terceras personas, de una forma física deben cumplir con las normas de salubridad que el MSP (Ministerio de Salud Pública del Ecuador) impone a cada establecimiento, principalmente los relacionados a la salud de las personas, y que están estipulados en la ley orgánica de la salud del Ecuador.

Por lo tanto toda clínica sea dental, de especialidad o general y/u hospital público o privado, necesita la aprobación del Ministerio de salud pública del Ecuador para su funcionamiento, según el artículo 180 de la ley orgánica de la salud del Ecuador, además toda clínica, hospital u entidad que preste servicios de salud, deberá someterse a la inspección física de las instalaciones y los servicios prestados; realizada por la jefatura provincial de salud para que sea acreditada total o parcialmente para funciona y que deberá ser realizada cada año. (Art. 30 del reglamento de servicios de salud privados)

La implementación de nuevas reglas por parte del MSP y/o el gobierno ecuatoriano afectaría al turismo médico. Así también como se ve en el siguiente gráfico un mayor presupuesto del estado mejoraría la calidad de los servicios prestados.

**Gráfico 11 Presupuesto del gobierno ecuatoriano para el sector de la salud y el turismo, medido en millones de dólares**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador (B.C.E, 2011c).

**Elaborado por:** El Autor.

En el gráfico 11 se puede observar que en el presupuesto del Estado la participación del turismo ha aumentado considerablemente en los últimos 10 años al igual que el sector de la salud y desarrollo comunal. Para los próximos años se espera que el sector de la salud se incremente aún más, con las medidas como el impuesto "verde" que está tomando el gobierno para recaudar

más de 300 millones de dólares, para ayudar a este sector. (El universo, 2011a).

Así mismo, se espera un incremento debido a la declaración de emergencia del sector de la salud, que hizo el presidente Rafael Correa el año 2009. (Diario hoy.com.ec, 2012b)

El IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social) en conjunto con el Ministerio de salud pública han creado la red Seguro General de Salud Individual y Familiar (SGSIF) con el fin de crear convenios entre el IESS y las instituciones de salud y médicos privados para apoyar al sector de la salud pública. Es decir, toda persona afiliada al IESS puede contar con el servicio gratuito de atención médica en los 264 diferentes hospitales, clínicas y/u consultorios privados, con los que el IESS mantiene convenio en todo el Ecuador, y este servicio será descontado de los respectivos aportes que los afiliados realicen a sus fondos de reserva; para luego ser aportados a las diferentes empresas privadas. (IESS, 2012)

#### **2.4.4 Factores Geográficos**

El clima del Ecuador es sumamente propicio para la recuperación de los pacientes interesados en realizar turismo médico, en este país; principalmente por que el Ecuador cuenta con solo dos estaciones en el año, el invierno y el verano que no son sumamente fuertes a diferencia de Estados Unidos que posee cuatro y que cada uno de ellos están fuertemente marcados por la fuerza en que se dan.

La ubicación del Ecuador le permite ponerse en ventaja debido a la cercanía con EE.UU. con respecto a otros países que también ofrecen el turismo médico como un atractivo turístico como es el caso de los países Asiáticos.

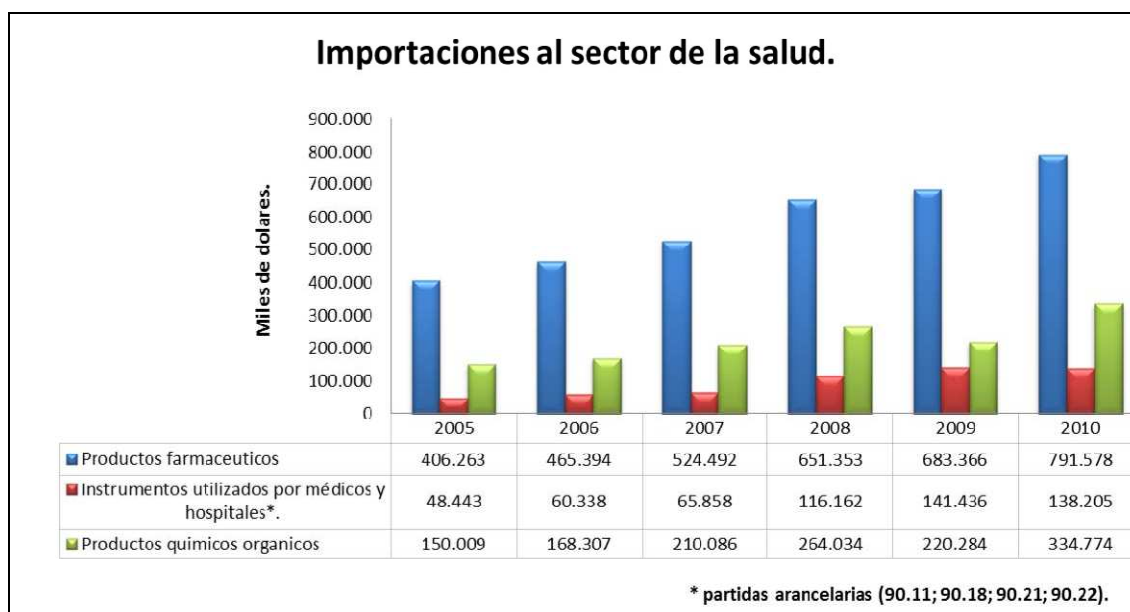
### 2.4.5 Factores Tecnológicos

El factor tecnológico nos da un claro panorama, de que tan avanzado está el Ecuador en tecnología.

Por otra parte, el aparecimiento de nuevas técnicas para operar, como las cirugías mini invasivas hace que la operación sea menos dolorosa para la persona y de esta manera más sobre llevable. (Sublimis, 2012)

Este avance en tecnología permite a las clínicas y/u hospitales ofrecer menores precios a los clientes.

**Gráfico 12 Importaciones de equipos y productos químicos y farmacéuticos, usados en el sector de la salud ecuatoriana, medido en miles de dólares**



**Fuente:** Trademap.org (2011)

**Elaborado por:** El Autor.

Como se aprecia en el gráfico 12, las importaciones de instrumentos, aparatos médicos, de medida y control, además de productos químicos orgánicos y farmacéuticos, se han duplicado en los últimos años. Esto se debe a que el Ecuador no es productor de este tipo de tecnología y a pesar de que productos químicos orgánicos o los farmacéuticos tengan un arancel mínimo del 5% y



aporten a este incremento; otros productos como los instrumentos usados en medicina, cirugía o veterinaria tienen un arancel mucho mayor de hasta el 25%. A pesar de esto, las importaciones han ido en aumento a partir de 2008, lo que da una muestra del avance que ha tenido la industria de la salud en el Ecuador. (Trade Map, 2011)

Sin embargo, es importante mencionar que el aumento de los aranceles a las importaciones, afectaría considerablemente el avance tecnológico ya que los hospitales y clínicas constantemente están importando insumos y tecnología médica.

### **3 CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA, PROVEEDORES, CANALES DE COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN, PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS; COSTOS Y PRECIOS REFERENCIALES**

#### **3.1 COMPETENCIA**

##### **3.1.1 Competencia Directa**

Al momento existen 5 empresas ecuatorianas que brindan el servicio de turismo médico a Ecuador; sin embargo, hay 2 empresas principales con sede en el Ecuador y una empresa internacional que proporcionan este servicio a extranjeros, mediante paquetes turísticos. Estas son Medtravel Ecuador, Medical Group Turism y Weltrek.

La siguiente información fue recopilada de las respectivas páginas web, y visitas a las agencias.

##### **3.1.1.1 Medtravel**

Medtravel Ecuador con sede en la capital de Ecuador ofrece dos tipos de servicio: (Medtravel, 2012a,b,c)

- La primera opción consiste en que la empresa (Medtravel) realice todo lo referente al acuerdo de la cita del paciente con el respectivo médico de la especialidad que se haya elegido previamente; es decir, se programa una cita con el médico de la preferencia del paciente y se organiza una cita con el mismo, de este modo el paciente tiene que encargarse de conseguir el transporte hacia el país y de todo lo que tiene que ver con hospedaje, comida, medicinas, etc.

- La segunda opción denominada “Medtravel VIP Package” es la que la empresa ofrece un servicio completo, en el cual se encarga de todo lo que el paciente necesite para su viaje de salud como es: pasajes aéreos de ida y vuelta de Ecuador, hospedaje, comidas y transporte de ida y vuelta del hospital, además de costos del procedimiento médico (incluye implantes, medicinas y chequeos pre y postoperatorios de ser necesario). No incluye tours dentro de la ciudad, ni llamadas telefónicas u otros servicios de este tipo.

Medtravel se encuentra asociado con una de las agencias de viajes más reconocidas en el Ecuador como es SEITUR S.A., además todos sus procedimientos médicos son realizados en el Hospital Metropolitano de Quito, reconocido por la JCI (*Joint Commision International*) como uno de los hospitales preocupados por la seguridad y el cuidado de sus pacientes.

### **3.1.1.2 Medical Group Turism**

La empresa Medical Group Turism es una empresa radicada en Ecuador y ofrece a sus clientes un servicio de contacto con las diferentes empresas de salud asociadas a esta empresa, además de empresas relacionadas con el turismo para que estas se encarguen de la asistencia y organización del paciente durante el tiempo que necesite; por otra parte se encarga de negociar precios para asegurar paquetes realmente accesibles a sus clientes. (Medical Group Turism, 2012)

Una de sus fortalezas es que es manejado por profesionales de la salud, turismo y transporte, para de esta manera asegurar la calidad en los procedimientos médicos, transporte etc.

Además combina paquetes turísticos a diferentes regiones del Ecuador para que el viaje no sea solo dedicado a la operación del paciente, sino también al disfrute y el conocimiento de la cultura Ecuatoriana.

### 3.1.1.3 Weltrek

Esta empresa radicada en la ciudad de Westport, Connecticut en Estados Unidos ofrece a sus clientes diversos paquetes de turismo orientados a la salud. (Weltrek, 2012a,b)

Entre sus servicios están, el contacto con los/as diferentes especialistas de la salud y la organización de la cita médica, hasta el diseño de paquetes de turismo médico completo (incluyen: transporte, comida, hospedaje, procedimientos médicos, etc.) que se adapten a las necesidades y presupuesto del cliente.

Entre sus asociados está el Hospital de los Valles, reconocido por sus servicios de calidad y ubicado entre los 35 mejores hospitales y clínicas de América Latina en el 2010, según un estudio realizado por el equipo de la América Economía Intelligence. (América economía, 2012)

Todas las anteriores empresas ofertan entre sus servicios cirugías plásticas como mamoplastias, abdominoplastias, liposucciones, otoplastias, rinoplastias, liftings, además de cirugías bariátricas, ortopédicas, procedimientos dentales y en el caso de Medtravel cirugías oftalmológicas, y tratamientos de fertilidad en el caso de Weltrek.

Además ofrecen diferentes tipos de turismo, sea de aventura, cultural, de compras, etc. entre sus paquetes médicos, para antes o después de la cirugía y dependiendo del tiempo y grado de recuperación de estas.

La siguiente información fue recopilada usando el buscador Google, con el fin de encontrar diferentes proveedores de información y/o servicios relacionados al turismo médico.

### 3.1.2 Competencia Indirecta

La siguiente información fue recopilada usando el buscador Google, debido a que es uno de los buscadores de páginas web más reconocido y usado por los extranjeros; y se usó como referencia las palabras “*Medical tourism + Ecuador*” y “*Medical tourism travel guides*”. (TN Relaciones, 2012)

Una empresa de turismo médico se puede ver afectada por diferentes empresas, que aunque no ofrecen paquetes de turismo médico están relacionadas con el turismo médico de alguna otra forma; y entre los cuales están:

- Diferentes páginas que prestan el servicio de información o guía de procedimientos a seguir, con respecto al turismo médico o de salud en el país que la persona elija.
- Empresas que realizan turismo médico, con destino a otros países que no son Ecuador.
- Médicos especializados en diferentes ramas de la salud que puedan ofrecer una guía turística además de sus servicios como médico.

#### 3.1.2.1 Páginas que prestan el servicio de información relacionadas al Turismo Médico

Estas páginas se encargan de crear guías turísticas médicas, referentes al país de destino que el cliente elija en este caso Ecuador; es decir, dan información al turista de las diferentes instituciones registradas en las respectivas bases de datos de las guías de turismo médico.

Entre las principales están:

- [www.medicaltourism.com](http://www.medicaltourism.com)
- [www.placidway.com](http://www.placidway.com)
- [www.allmedicaltourism.com](http://www.allmedicaltourism.com)
- [www.mymedicaltourguide.com](http://www.mymedicaltourguide.com)
- [www.health-traveler.com](http://www.health-traveler.com)
- [www.medretreat.com](http://www.medretreat.com)
- [www.healthtravelguides.com](http://www.healthtravelguides.com)

### **3.1.2.2 Médicos que prestan servicio de Guía Turística en el Ecuador**

La siguiente información fue recopilada mediante la búsqueda de cirujanos plásticos en Quito y Guayaquil en la página [www.medicosecuador.com](http://www.medicosecuador.com) y la constatación de los servicios a extranjeros que cada uno de ellos ofrece en sus respectivas páginas; se utilizó esta página, debido a que es el segundo portal de salud en Español más visitado en el mundo, y se encuentra en el puesto 5 del page Rank de Google. (Médicos Ecuador, 2012)

Entre los cirujanos plásticos más reconocidos que prestan el servicio de guía turística a sus pacientes externos, están:

- Dr. Jorge Patiño R.
- Dr. Fernando Quintana J.
- Dra. Sagia Cabello M.
- Dra. Mónica Espinoza.
- Dra. Gloria Vera de Espinoza
- Dr. Franz Levi S.
- Dr. Walter Huaraca.

Todos ellos cuentan con sus respectivas páginas web en 2 o más idiomas, donde ofrecen además de sus servicios médicos, servicio de contacto con diferentes empresas relacionadas con hospedaje, alimentación, transporte (alquiler de autos), servicio de turismo cultural, etc.

### **3.1.2.3 Competencia Internacional**

Más de la mitad de las personas que viajan por turismo de salud lo hacen desde Estados Unidos o Canadá. Sin embargo, según un estudio elaborado por el bufete Calvet & Asociados que toma como base encuestas hechas por la Medical Tourism Association (MTA) en 2011, dice que los países más destacados que impulsan el turismo médico en América Latina y el Caribe son Argentina, Bahamas, Barbados, Brasil, Ecuador, México, Perú y Uruguay; y en Centro América el principal país es Costa Rica seguido por Panamá y El Salvador.

Todos estos países cuentan con clínicas y hospitales privados de primer nivel, y son los lugares más buscados por turistas para tratamientos estéticos, debido a la calidad y los bajos precios que ofrecen.

### **3.1.3 Análisis de la Competencia**

#### **3.1.3.1 Ventajas**

La principal ventaja de todas las empresas que brindan el servicio de turismo médico aquí investigada, es que todas ya están en funcionamiento, por lo tanto, ya cuentan con experiencia y mayor reconocimiento en el mercado.

Además todas ellas detallan una diversificada oferta de procedimientos quirúrgicos, que van desde las cirugías más simples como las rinoplastias, hasta las más complejas como las cirugías bariátricas o las reconstructivas.

Por otra parte las empresas de turismo médico están relacionadas con hospitales de renombre para asegurar la calidad de los procedimientos médicos y de esta forma si el paciente tiene complicaciones siempre habrá un especialista cerca. Además cuentan con asociaciones a diferentes hoteles y hosterías que brindan el servicio de asistencia de enfermería y terapias.

Los doctores que ofrecen además de sus servicios médicos el servicio de turismo tienen la ventaja de que no cuentan con intermediarios entre ellos y el paciente, por lo tanto sus precios serán más bajos. Además de esto, todos ellos cuentan con más de 10 años de experiencia en cirugías de todo tipo, y se encuentran agrupados en diferentes asociaciones de médicos y especialistas con el fin de estar enterados de nuevas capacitaciones y procedimientos, lo que da mayor confianza al paciente al momento de tratarse. Los médicos al igual que las empresas que crean tours de turismo médico, están asociados a otros especialistas de la rama de la salud con el fin de siempre garantizar la calidad y el procedimiento médico más adecuado.

Las páginas que ofrecen el servicio de información con respecto al turismo médico tienen la ventaja de contar con un mayor número de especialistas, médicos, y ofertantes de servicios relacionados al turismo, asociados a su página, que los médicos o las empresas creadores de tours de salud; esto se debe a que su directorio no se centra solo en un país, sino en varios que tengan la infraestructura para atender a pacientes extranjeros.

Por otro lado, los países más reconocidos que ofrecen turismo médico entre sus atractivos, cuentan con mayor experiencia en esta nueva industria que el Ecuador, además de ser más reconocidos por los turistas a la hora de hacerse un procedimiento médico. Por otra parte cuentan con mayor tecnología a nivel de salud debido al aumento de la demanda a través de los años; como es el caso de Brasil.

### **3.1.3.2 Desventajas**

Medtravel solo cuenta con un cirujano plástico asociado a la empresa. Además los hoteles asociados a Medtravel, medical Group Tourism y Weltrek se encuentran dentro de la ciudad lo que molesta a la recuperación de los pacientes debido al ajetreo que ocasiona la vida dentro de una ciudad.



En el caso de Medical Group Tourism, los pagos son hechos a los diferentes proveedores, lo que ocasiona que el cliente deba llevar dinero a donde quiera que vaya, aumentando el riesgo de ser robado. Además no cuenta con una página web bien elaborada, ya que posee varios errores, como links que no funcionan.

Por otra parte la página web de Weltrek no posee información sobre las hosterías u hoteles asociados a la empresa; además que también cuenta con errores en su página web, como información que no se despliega bien.

Cabe mencionar que los paquetes de turismo médico de la competencia directa están diseñados para una sola persona (el paciente), es decir, dejan de lado a cualquier otra persona que pudiera acompañar al paciente al país de destino.

Los doctores y médicos, no cuentan con personal propio para brindar el servicio de turismo médico; además la mayoría aquí investigados solo recomiendan las páginas webs de hoteles, hosterías, alquiler de autos y agencias de turismo, además de otros médicos; es decir, no dan el servicio de contacto y planificación de citas con dichas empresas. Por otra parte las cirugías son hechas en clínicas privadas y no en Hospitales, lo cual no garantiza un buen procedimiento de haber complicaciones.

La principal desventaja de los países como India, Tailandia, Corea, del Sur, Malasia, y Hungría es la distancia que tienen con Estados Unidos, el país más cercano es Hungría y se encuentra a más de 8 horas de vuelo a diferencia de Ecuador que son desde 5 hasta 12 horas de vuelo, lo cual perjudica a la recuperación post quirúrgica del paciente. Otra desventaja con respecto al Ecuador que tienen estos países son sus precios, ya que con el paso del tiempo y la mayor demanda de estos, han hecho que aumenten.

México y Colombia aunque están relativamente cerca de Estados Unidos, en comparación con los países europeos o asiáticos, tienen un alto índice de narcotráfico y por ende riesgo para sus visitantes.

## **3.2 PROVEEDORES DE UNA EMPRESA DE TURISMO MEDICO**

Los principales proveedores para una empresa de turismo médico son:

- Empresas que brinden servicio de transporte aéreo y terrestre, hacia y dentro del Ecuador.
- Hoteles, hostales y hosterías dentro del territorio ecuatoriano.
- Médicos, hospitales, clínicas privadas y empresas farmacéuticas en la capital ecuatoriana.
- Agencias de viajes, que además proporcionen personal bilingüe para guías turísticas.
- Servicios postales y Courier, para la entrega de papeles y documentos importantes.

### **3.2.1 Poder de Negociación de los Proveedores**

La siguiente información fue recopilada en base a una investigación sobre el número de empresas y los servicios que ofrecen la empresas relacionadas con el turismo y la medicina como lo son, las del transporte terrestre y aéreo, hospedaje, agencias de viajes, hospitales etc. en las respectivas páginas web de las empresas que prestan los servicios, además de la Superintendencia de Compañías, Superintendencia de Bancos y el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador.

En el siguiente cuadro se muestra el número de proveedores en el Ecuador para una empresa de turismo médico.

**Cuadro 1 Número de proveedores de una empresa de turismo médico  
en el Ecuador**

<b>Proveedores</b>	<b>Empresas</b>
<b>Empresas de transporte aéreo y terrestre.</b>	Más de 100
<b>Empresas de hospedaje.</b>	Más de 100
<b>Agencias de viajes, con servicio de guías turísticos bilingües</b>	Más de 400
<b>Empresas de servicios postales básicos y Courier.</b>	Más de 100
<b>Médicos, hospitales, clínicas privadas y empresas farmacéuticas</b>	Más de 1000
<b>Empresas de seguros</b>	Más de 100

**Fuente:** Superintendencia de compañías, Superintendencia de bancos y seguros, INEC (2009b, 2010c)

**Elaborado por:** el Autor

Como se aprecia en el cuadro 1 el número de empresas y personas proveedoras de servicios relacionados al turismo y a la medicina en el Ecuador es alta, esto incide de cierta manera a negociar un mejor precio y por ende tener un mayor poder de negociación sobre los proveedores, ya que a mayor número de ofertantes los precios tenderán a ser más competitivos. Además de esto la facilidad de cambiarlos o sustituirlos por otros, también reduce su poder de negociación.

La calidad de los servicios que prestan médicos, hospitales y clínicas privadas y empresas farmacéuticas es buena y se ve reflejada por el tiempo que estas llevan funcionando (la mayoría con más de 10 años); sin embargo, la medicina estatal aunque ha mejorado en los últimos años en la calidad de sus servicios, muchas de ellas están saturadas por los factores antes mencionados en el capítulo 1, por lo que es difícil ser atendido a una hora específica. (Investigación de campo A)

No obstante, el turismo médico se centra en el sector privado de la salud; que aunque tiene precios bajos en comparación a países extranjeros, en el Ecuador son regulados por los organismos competentes (MSP), por lo que hace difícil

que se los pueda negociar. Es por esto que el poder de negociación de médicos, hospitales y clínicas privadas es alto

Así mismo las empresas de transporte aéreo son muy buenas, ya que tienen que regirse por estándares y competir con aerolíneas internacionales, además existe un buen número de aerolíneas con salidas internacionales, lo que hace que sus precios sean competitivos. Sin embargo, no se puede negociar sus precios, aunque estos disminuyen en ciertas temporadas de baja afluencia, por lo que el poder de negociación de los proveedores de transporte aéreo es medio. (DGAC, Investigación de campo B, 2012)

El transporte privado dentro de la capital es bueno, sin embargo el transporte público principalmente los buses, se encuentran saturados debido a que de los más de dos millones de personas que utilizan el transporte público en la capital ecuatoriana, el 84,8% viajan en autobuses u otros transportes masivos como el trolebús o la eco vía; esto ha hecho que las vías de Quito se saturen de autobuses, haciendo que en horas pico sea difícil llegar a los lugares previstos.

No obstante, aunque los organismo estatales regulan los precios de los transportistas principalmente taxis y buses; el transporte privado llevan un margen alto de ganancia, por lo que se puede negociar los precios; además de esto, el numero alto de empresas que brindan este servicio, hace que su poder de negociación sea bajo (Ecuavisa.com, Investigación de campo C, 2012)

Los hoteles, hostales y hosterías dentro de la capital ecuatoriana y sus alrededores, prestan diferentes servicios, desde limosina hasta spa; y varían sus precios dependiendo si son 3, 4, o 5 estrellas, además muchos de ellos proporcionan servicio de guías turísticas y transporte dentro de sus alrededores. Por otro lado, la disponibilidad de habitaciones en épocas de poca o bastante afluencia, además del poder negociar sus precios, hacen que su poder de negociación sea medio (Investigación de campo D)

Las agencias de viajes, por su parte ofrecen diferentes servicios de calidad que van desde la simple obtención de un ticket aéreo a cualquier país del mundo, servicio de turismo con transporte, y guías turísticos bilingües a todo el Ecuador, hasta la renta de sitios culturales o arqueológicos para la celebración de bodas o eventos especiales. No obstante, aunque hay muchas empresas que brinden este servicio, sus precios no son muy negociables, aunque tienen diferentes paquetes turísticos que se ajustan a cualquier presupuesto, por lo que su poder de negociación es medio. (Investigación de campo E)

Las agencias de seguros, por otra parte ofrecen diversos tipos de cobertura en sus paquetes de seguros para viajes, que van desde hospitales hasta pérdidas de equipaje. Sin embargo, por el número de empresas y la capacidad baja o nula de negociar sus precios, hace que el poder de negociación de las agencias de seguros en el Ecuador sea alto. (Investigación de campo F)

### **3.3 CANALES DE COMUNICACIÓN**

En Estados Unidos alrededor del 80% de la población usa internet con diferentes motivos como trabajo, estudios o con fines investigativos. (Indexmundi, 2012a)

Entre los canales de comunicación más usados para este tipo de servicio están las páginas web, banners publicitarios, blogs, y entre los más conocidos el uso de redes sociales y correos electrónicos a través del internet, otro canal muy utilizado es también el teléfono, estos canales son los más óptimos debido a la gran distancia de la localización del público objetivo. (herramientasparapymes, 2012)

La principal ventaja de estos canales de comunicación, es principalmente que permite a las empresas tener contacto con el cliente y los proveedores de una forma directa y en tiempo real, a pesar de la distancia en que se encuentren. Esto permite tener un mayor poder de negociación frente a los proveedores ya

que es más fácil contactarlos y por ende tener una cartera de proveedores más amplia.

### **3.4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

Según, William M. Pride en su libro de marketing dice que un canal de distribución es “el conducto a través del cual se desplazan los productos desde su punto de producción hasta los consumidores”. Por lo tanto, el canal de distribución, es la forma en que un cliente adquiere un producto o un servicio. (gestiopolis.com, 2012)

Siendo así, Los canales de distribución utilizados para este tipo de servicio son:

- El internet: página web de la empresa, banners publicitarios en páginas web y blogs de médicos y/u hospitales o clínicas, correo electrónico, redes sociales.
- Empresas de servicios postales y Courier.
- Agencias de viajes

El internet, con él a través de correo electrónicos y publicidad en páginas webs y blogs se pone en conocimiento del cliente los diferentes servicios relacionados a la empresa, además sirven de comunicación entre el cliente y la empresa, sirviendo también de medio de envío, de tickets aéreos electrónicos, publicidad entre otra información de importancia, para el cliente.

Las empresas de servicios postales y/o Courier, también sirven para entregar al cliente pasajes aéreos, documentos de importancia, y publicidad relacionada a la empresa.

La principal ventaja de las páginas web, las redes sociales, los blogs, y correos electrónicos sobre el servicio postal es el tiempo en que este se pone a

disposición del cliente; sin embargo, el servicio postal y principalmente el Courier son más seguros, ya que al momento de enviar la información esta no corre el riesgo de filtrarse.

Por lo tanto, se puede decir que el poder de negociación de los canales de distribución es bajo, debido a la facilidad que hay para elegir entre uno u otro, además de la cantidad de empresas que ofrecen estos tipos de servicio.

### **3.5 PRODUCTOS Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS**

El servicio de spa, con fines de relajación y medicinal, es uno de los más considerados para complementar el servicio de turismo médico. Además de este, hoy en día hay un mayor interés en las artes ancestrales como la meditación, la acupuntura, el yoga y el tai chi para mejorar la salud. (Revistaamiga.com, labuti.com, 2012)

### **3.6 COSTOS Y PRECIOS REFERENCIALES**

#### **3.6.1 Costos y Precios Referenciales en el Mercado (Caso de estudio Medtravel)**

Se analizó la empresa Medtravel debido a que es la competencia directa más fuerte en el mercado y una de las empresas líderes en turismo médico al Ecuador.

El cuadro 2 muestra los costos y precios aproximados de la empresa Medtravel para sus paquetes de turismo medico con las cirugías más populares.

Esta información fue recopilada mediante una investigación de precios de cirugías, hoteles, y seguros de viajes, en las páginas belle.com, palcidway.com, booking.com, y assist-card.com

**Cuadro 2 Comparación de costos de un paquete de turismo medico en Ecuador con el precio cobrado por Medtravel y su rentabilidad aproximada**

PROCEDIMIENTOS	COSTO DEL PAQUETE DE TURISMO APROX.	PRECIOS COBRADOS POR MEDTRAVEL.	Rentabilidad promedio aprox.
LIPOSUCTION	\$ 4.390	\$ 6.243	<b>35%</b>
AUMENTO DE SENOS	\$ 4.500	\$ 6.179	
LIFTING FACIAL	\$ 4.700	\$ 6.262	
RINOPLASTIA	\$ 3.600	\$ 4.274	
OTOPLASTIA	\$ 3.000	\$ 4.017	
IMPLANTES DENTALES (TITANIO)	\$ 1.160	\$ 1.710	

**Fuente:** belle.com, placidway.com, booking.com, assist-card.com

**Elaborado por:** El Autor

Como muestra el cuadro 2 la rentabilidad aproximada de la empresa Medtravel varía alrededor del 35% dependiendo del tipo de cirugía; sin embargo, todos los paquetes incluyen las siguientes características:

- Hospedaje en suite doble en el Hotel Quito + desayuno incluido por 5 días y 4 noches.
- Transporte
- Silla de ruedas (si lo necesita)
- Seguro de viaje.
- Uso de celular sin costo
- Un masaje gratis en el hotel.
- Un tour gratis por la ciudad colonial
- Servicio las 24 horas de conserje asistente.

Cabe mencionar que el paquete de turismo es para una persona, por lo que el hospedaje y demás servicios están enfocados en la atención del paciente; es decir, estos paquetes no consideran que el paciente viaje con un acompañante.



Por otro lado el hospedaje es por un tiempo sugerido para la cirugía (Promedio de 4 a 5 noches) y no incluye el hospedaje por el siguiente tiempo de revisión de la cirugía del paciente que varía entre 1 y 10 días dependiendo del procedimiento.

### **3.6.2 Costos Referenciales del Paquete de Turismo Medico Ofertado para esta Investigación**

La siguiente información fue recopilada en base a sondeo de los diferentes precios cobrados por hoteles, aerolíneas, restaurantes, transporte etc. en páginas web como despegar.com, menuexpress.ec, booking.com además de entrevistas a extranjeros, sobre los diferentes países aquí mencionados. (Investigación de campo g)

El paquete de turismo médico aquí analizado, está dirigido al paciente y un acompañante, tomando en cuenta que los paquetes de la competencia están dirigidos a una persona y el 75% de los turistas de salud salen acompañados de otra persona. (GuíadeturismoMedicoseguro.com, 2012)

Los paquetes fueron elaborados desde la perspectiva de una persona que resida en Ecuador o Estados Unidos y que desee viajar a otro país extranjero con un acompañante en una visita de 15 días, por lo que el paquete incluye lo siguiente:

- Ticket aéreo (ida y vuelta) para 2 personas
- Hospedaje suites dobles (15 días y 14 noches) incluido desayuno para 2 personas
- Costo de la cirugía y hospitalización para 1 persona (paciente)
- Auto con chofer para 2 personas

- 2 Tours en la ciudad u alrededores (valor máximo de hasta 100usd C/u) para 2 personas
- Medicinas por un valor máximo de hasta 100 dólares para 1 persona (paciente)
- Seguro de viajes por el tiempo de permanencia en el país extranjero para 2 personas

El tiempo de 15 días sugerido en esta investigación, es base al número de días que el paciente debe estar en el país para su revisión post quirúrgica.

Por lo tanto el siguiente gráfico muestra una comparativa de los costos aproximados de los paquetes de turismo médico para 2 personas entre Ecuador, Estados Unidos y el Reino Unido; a los que se enfrentaría una nueva empresa de turismo médico.

**Cuadro 3 Comparación de costos de paquetes de turismo médico de 15 días con las cirugías más populares entre Ecuador, Estados Unidos y Reino Unido**

<b>Cirugías/costos aprox. de paquetes en USD.</b>	<b>Ecuador</b>	<b>U.S.A</b>	<b>U.K</b>
Aumento de senos	\$4.342 – \$14.488	\$7.141 - \$48.368	\$11.380 - \$61.434
Elevación de senos			
Mentoplastia			
Lifting facial			
Liposucciones			
Otoplastias			
Rinoplastia			
Implantes dentales			
Gluteoplastias			

**Fuente:** belle.com (2012), Weltrek (2012a), assist-card.com, investigación de campo g.

**Elaborado por:** el Autor

Como se ve en el cuadro anterior, Ecuador tiene una clara ventaja en los costos con respecto a Estados Unidos y al Reino Unido; los costos en Estados Unidos y el Reino Unido varían desde el doble al cuádruple dependiendo de la calidad del hotel, el ticket aéreo, la comida y el transporte dentro de la ciudad, lo que significa un gran ahorro para los clientes. Además de esto, aun con una rentabilidad aproximada del 35% sumada a los costos de un paquete de turismo médico en Ecuador, da como resultado paquetes entre 5.860 y 19.560 dólares que están por debajo de los costos de un paquete en Estados Unidos y Reino Unidos.

Cabe recalcar que el hospedaje de los paquetes de turismo médico de esta investigación es llevado a cabo en hoteles desde 3 a 5 estrellas con servicio de spa, gimnasio y piscina dentro de la ciudad de Quito y sus alrededores, con el fin de prestar una mayor comodidad al cliente.

## 4 CAPÍTULO IV. CARACTERÍSTICAS Y REQUERIMIENTOS DEL MERCADO META

### 4.1 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO ESTADOUNIDENSE: FACTORES ECONÓMICOS, DEMOGRÁFICOS, SOCIALES, CULTURALES, POLÍTICOS Y LEGALES

Estados Unidos de Norteamérica fue reconocido como una nación en 1783, de acuerdo al tratado de Paris, en un principio solo contaba con 13 estados, en el siglo XVIII pero esto fue cambiando en los siglos XIX y XX a medida que fue adquiriendo tierra y poder en el continente americano, se fueron creando 37 nuevos estados, llegando a los 50 estados que hoy en día tiene. Su capital está en la ciudad de Washington D.C que se encuentra al este de Estados Unidos entre los estados de Virginia y Maryland. (CIA, 2012)

#### 4.1.1 Factores Económicos

##### 4.1.1.1 Índice de Precios al Consumidor

Un claro indicador de la inflación en Estados Unidos es el índice de precios al consumidor.

**Cuadro 4 Inflación e Índice de precios al consumidor del sector de la salud 2008 – 2012 est.**

	2008	2009	2010	2011	2012 est.
Inflación	3,982	-0,383	2,314	2,682	2,651
I.P.C salud	2,6	3,4	3,3	3,5	-

**Fuente:** datosmacro.com, global-rates.com, 2012

**Elaborado por:** El Autor

Como se visualiza en el cuadro 4 la inflación se ha mantenido constante en los últimos 4 años a pesar de la crisis económica que Estados Unidos tuvo en 2008. (cafebabel.com, 2012)

Sin embargo, los precios para el sector de las medicinas y la salud (I.P.C Salud) se han incrementado a partir de 2008, lo que hace más atractivo el viaje a otro país con el fin de conseguir medicinas o procedimientos médicos.

#### 4.1.1.2 Producto Interno Bruto y Producción del Sector de la Salud y Asistencia Social

Estados Unidos es el país con más producción de bienes y servicios en el mundo, seguido de China, Japón e India; (indexmundi.com, 2012b)

Esto se da porque, su producción ya no se basa mayormente en la cantidad de productos que produce, sino en el costo de ellos, es decir, hoy en día Estados Unidos decide hacer productos de un valor más alto como los Autos, que más baratos como los celulares. (nacion.com, 2012)

**Cuadro 5 Producto Interno Bruto, producción del sector de la salud y asistencia social y aporte al PIB periodo 2009 -2011**

	2009	2010	2011
<b>Producción de salud y asistencia social (millones)</b>	468.256	490.221	501.910
<b>P.I.B (millones)</b>	14.120.000	14.660.000	14.909.220
<b>Producción de salud como porcentaje del PIB</b>	3,32%	3,34%	3,37%

**Fuente:** indexmundi (2012c), census.gov (2012a), cincodías.com (2012)

**Elaborado por:** El Autor

Como muestra el cuadro 5, a pesar de la crisis en 2008, Estados Unidos produjo bienes y servicios por 14.660 miles de millones lo que lo situó en primer lugar con respecto a otros países. Además de esto la producción en el sector de salud y asistencia social creció en alrededor del 7% en el período de 2009 – 2011, lo que significa un aporte al PIB del 3.37%.

Por otra parte, el PIB per cápita a partir de 2007 hasta 2010 se mantuvo entre 46.000 y 47.200 dólares a excepción del 2009 que descendió a los 45.793usd (Banco Mundial, 2012a)

## **4.1.2 Factores Demográficos**

### **4.1.2.1 Población de Estados Unidos**

Estados Unidos, cuenta con 305'688.000 habitantes al año 2010 y crece a una tasa promedio de 0.97% anualmente, es por esto que se sitúa en el 3<sup>er</sup> puesto de los países más poblados del mundo después de China e India. Por otra parte la mayoría de habitantes se encuentra distribuida mayormente al Sur y al Oeste del país con alrededor del 60%, y el 52% del total de la población estadounidense vive en las afueras de las principales ciudades. (CIA 2012b, census.gov 2012c p. 15)

Además de esto, los habitantes entre las edades de 15 años y 64 años representan el 66.8% del total de la población y cuentan con una edad promedio de 36.9 años. Por otra parte, alrededor del 82,1% de habitantes en Estados Unidos hablan Inglés, un 10,7% habla español y el resto otros idiomas Europeos y Asiáticos. (CIA 2012b)

### **4.1.2.2 Migración Neta Estadounidense**

Estados Unidos, al tener un promedio relativamente alto de ingreso por hogar (49,445 usd) con respecto al resto de países del continente Americano, se vuelve un país atractivo para un número cada vez mayor de personas que quieren ingresar al país con el fin de obtener un mayor nivel de ingresos y por ende mejorar su calidad de vida. Es por esto que en el año 2010 la migración neta (medida de la cantidad total de inmigrantes menos total de emigrantes) para Estados Unidos fue de 4'954.924; es decir, al país ingresaron casi 5 millones de personas más de las que salieron en 2010. (Census.gov 2012c p. 15, Banco Mundial 2012b)

### 4.1.3 Factores Sociales y Culturales de EE.UU.

En Estados Unidos a partir de la crisis del 2008, la gente comenzó a cambiar sus hábitos de ahorro y de gasto, principalmente iniciaron a reducir los gastos del día a día y según la encuestadora Citigroup más del 60% de la población empezó a reducir el uso de tarjetas de crédito. Además, según Citigroup el 34% de los encuestados dijo que estaban ahorrando o invirtiendo su dinero.

Sin embargo, aun el ahorro bruto como porcentaje del PIB es del 11% al año 2010 a diferencia del 23% del Ecuador, lo que muestra que la cultura estadounidense aun no es una cultura ahorradora. (eleconomista.mx, 2012; Banco Mundial 2012c)

Otro factor social y cultural de importancia dentro de Estados Unidos, es la religión, ya que muchas veces esta incide en el comportamiento de las personas, principalmente en religiones como la budista, musulmana o la judía.

Sin embargo, los residentes de Estados Unidos son en su mayoría protestantes (51.3%), católicos (23.9%) y mormones (1.7%), religiones que no afectan de forma drástica el comportamiento y gusto de la persona que la sigue, principalmente los protestantes, que con el paso del tiempo se han ido separando de las leyes que la iglesia imponía a sus creyentes. (CIA 2012a)

Otro aspecto importante dentro de Estados Unidos es que es un país multicultural, es decir, con el paso del tiempo se ha visto afectada por la llegada de diversas culturas y etnias tanto europeas como asiáticas, haciendo que el comportamiento de las personas se rige por el capitalismo. De esta forma los estadounidenses todo el tiempo están pensando en el trabajo y en el tiempo que tienen, es por esto que se ven obligados a muchas veces comer comida rápida, lo que con el paso del tiempo ha hecho que sea un país con alto índices de obesidad llegando así a una tasa del 33.9% de prevalencia de obesidad en adultos. (turismoeuu.com 2012, indexmundi 2012d)

A esto se suma que Estados Unidos cuenta con apenas 3.1 camas de hospital y 2.67 médicos de por cada mil habitantes, lo que lo hace una tasa baja tomando en cuenta que países como Rusia o Cuba tienen tasas de 4.31 y 6.4 médicos por cada mil habitantes, respectivamente y Japón cuenta con 13.75 camas de hospital por cada mil habitantes, lo que muestra una posible saturación del sector de la salud. (indexmundi.com 2012 e, f)

#### **4.1.4 Factores Políticos y Legales**

Estados Unidos, no participa en la cobertura de salud, es decir, el Estado no subsidia este sector, lo que hace que no haya servicios de salud gratuita como en Ecuador. Por lo tanto, se vuelve una necesidad para los residentes en Estados Unidos el contar con un seguro médico, debido a los altos precios del sector de la salud. (Universia, 2012)

Por otro lado, muchos de los empleadores otorgan a sus empleados un seguro médico; sin embargo, alrededor de 49.9 millones del total de la población de habitantes de Estados Unidos son de origen hispano y 39.03 millones son de raza negra, estos representan alrededor del 30% del total de la población, muchos de ellos no están legalmente en el país, por lo que los empleadores se aprovechan de esta situación y deciden no asegurarlos, es por esto que alrededor del 30% de los hispanos y el 21% de la gente de raza negra al año 2010 no cuentan con ningún seguro médico. (census.gov, 2012d pag. # 26)

##### **4.1.4.1 Cobertura de los Seguros Médicos**

La cobertura de los seguros médicos en Estados Unidos depende en su mayoría de la empresa que lo provee; es por esto que muchas veces dichas empresas no cubren costos de ciertas cirugías, ni determinados medicamentos. (About.com; 2012)

Sin embargo, el presidente de los Estados Unidos Barack Obama firmó una reforma importante en 2010 para el sistema de la salud que se implementará



en 2014; en la cual amplia la cobertura de los seguros médicos proporcionados por el Estado.

#### **4.1.4.2 Gasto en Salud**

Estados Unidos es el segundo país en el mundo que más gastó en salud, como porcentaje del PIB en el año 2009 llegando a 16.2% y solamente superado por Malta con el 16.5%, además, es el país con mayor gasto per cápita en salud en el mundo con 8.362usd, sin embargo cuenta con muchas falencias en el sector de la salud que están relacionadas con factores como la cobertura de los seguros de salud, el ingreso de las personas o la ubicación geográfica. (indexmundi.com 2012g, Banco Mundial 2012d)

## **4.2 TAMAÑO DEL MERCADO ESTADOUNIDENSE**

Estados Unidos tiene una población estimada de más de 305 millones de habitantes a año 2010 ubicándolo en el tercer puesto después de China e India; de estos, alrededor de 154 millones de personas aportan a la fuerza laboral del país al año 2010 y 118 millones de ellos mantienen hogares con un ingreso medio de 49.445 dólares; sin embargo, la raza peor pagada es la negra con un ingreso medio de 32.068 dólares y la mejor pagada es la asiática con un ingreso medio de 64.308 dólares, al año 2010. (census.gov 2012c pp. 15, 33, 34)

Por otra parte, alrededor del 78% de las personas que mantienen hogares ganan entre 15 mil y 150 mil dólares al año, tomando en cuenta que la oficina de censos de Estados Unidos determinó que el umbral para que una persona de menos 65 años sea considerada pobre, debe ganar menos de 11.344 dólares al año y una mayor de 65 años, menos de 10.458 dólares, da como resultado que el 15% de la población estuvo bajo el umbral de pobreza al año 2010.

### **4.3 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR: GUSTOS Y PREFERENCIAS DE LOS ESTADOUNIDENSES**

Estados Unidos, a lo largo del tiempo se ha ido formando por diversas culturas y etnias, resultando así un país multicultural que tiene una ideología sumamente capitalista y un comportamiento consumista. Por lo tanto, sus pensamientos a la hora de decidirse por algún producto o servicio, están relacionados estrechamente con el precio del mismo; más aun tomando en cuenta que los precios y el acceso a los servicios médicos es sumamente alto. (CBRE Hotels, 2012)

Es por esto, que un factor clave para los turistas estadounidenses al momento de viajar a otro país para hacer turismo médico es el precio seguido de la calidad, a diferencia de los turistas Europeos o Asiáticos que buscan principalmente calidad. Con calidad se hace referencia a que los hospitales tengan instalaciones adecuadas para el tratamiento de pacientes, personal capacitado, certificaciones internacionales, insumos médicos de calidad y tecnología de punta.

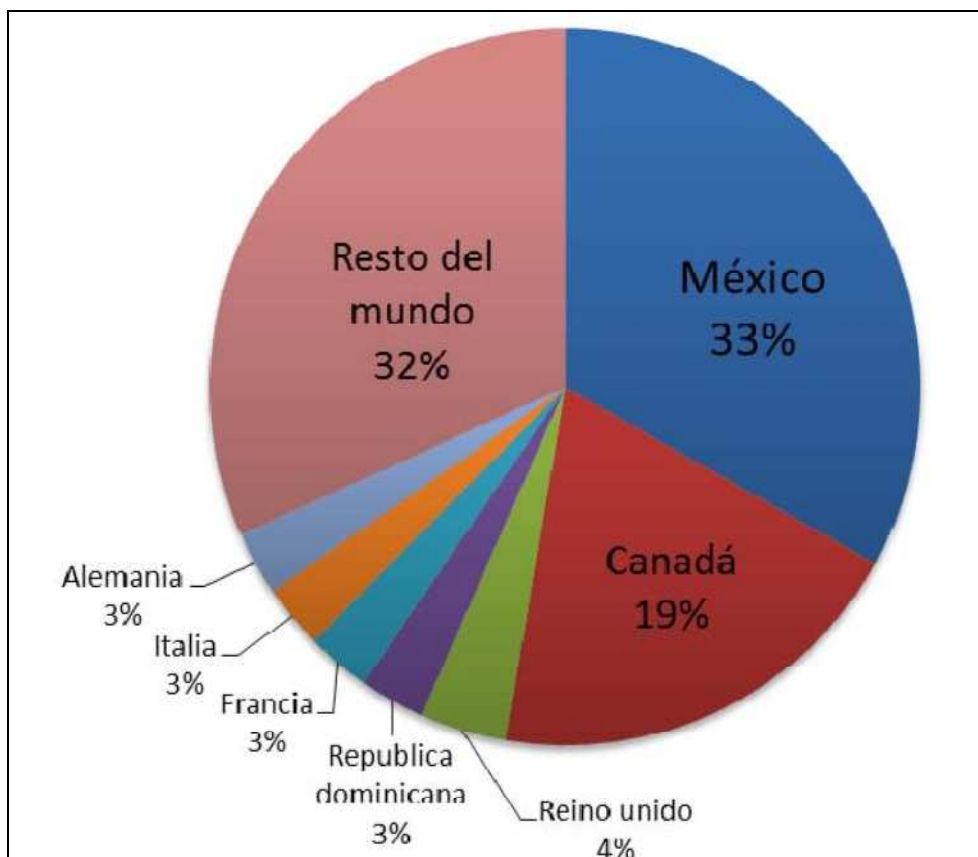
Además, la mayoría de estadounidenses busca hacer turismo en países cercanos como México o Canadá, debido Principalmente a que no tienen que enfrentarse a largas listas de espera para someterse a alguna operación y el acceso a vuelos internacionales facilita la movilidad de extranjeros a otros países en corto tiempo.

#### **4.3.1 Destinos más Visitados por Estadounidenses**

Según la encuestadora Deloitte en el 2007 viajaron alrededor de 750.000 estadounidenses con el fin de hacer turismo médico en otro país y se espera que esta cifra suba a 1.6 millones de turistas a 2012, siendo México el mayor participe de esta cifra. (CBRE Hotels, 2012)

En 2010 se registraron más de 60 millones de salidas desde Estados Unidos hacia el resto del mundo. Entre los destinos más visitados en 2010 por los turistas estadounidenses están México (20.01 millones), Canadá (11,74 millones) y el resto de países de Europa Occidental, seguidos del Caribe, Asia, Suramérica y Centroamérica (28.50 millones). (OTTI 2010a, pp. 9-10)

**Gráfico 13 Destinos principales de residentes estadounidenses en 2010**



**Fuente:** Office of Travel and Tourism Industries (OTTI 2010a; pág. # 9 y 10)  
**Elaborado por:** el Autor

Como muestra el gráfico 13, México y Canadá fueron los principales países a los que los residentes estadounidenses viajaron en el 2010 con más del 50% de los 60.2 millones de salidas de Estados Unidos.

Sin embargo, de los más de 28 millones de residentes estadounidenses que viajan a otro país que no sean Canadá ni México, solo el 34% va a los países antes mencionados en la competencia internacional del capítulo 2, y de todos estos alrededor del 2% va por motivos de salud. (OTTI, 2010a; pp. 9-10)

### 4.3.2 Comportamiento de los Turistas Estadounidenses

Al momento de viajar, el 12% de los turistas buscan información en agencias de viajes, un 9% entra a páginas de hoteles con el fin de encontrar hospedaje en el país de destino y un 5% tiene un amigo o familiar que le informa sobre el hospedaje en el país extranjero, y se decide por alguna aerolínea principalmente por el precio y el horario que esta ofrezca. (OTTI, 2010b; p. 4)

De todos los viajeros estadounidenses en 2010 un 39% lo hace por placer, recreación o festividades, un 35% con el fin de visitar amigos o familiares, un 17% para hacer negocios, el 4% por temas de estudio y enseñanza, el 2% por conferencias o peregrinajes y como se dijo anteriormente solo un 1% por tratamientos de salud (OTTI, 2010c; p. 6)

Por otro lado, en el año 2010 cerca del 58% de los estadounidenses que viajaron a otro país se quedaron en un hotel un promedio de 9.1 noches y el 47% en casas privadas de conocidos o familiares un promedio de 20 noches. (OTTI, 2012d, p. 6)

Entre las actividades que más realizan cuando visitan otro país están el comer en restaurantes, salir de compras, visitar lugares históricos y visitar pueblos o villas cercanas a la ciudad donde se hospedaron en un principio. (OTTI, 2010e; p. 11)

Además de esto, según la encuesta realizada en el 2009 por la Asociación de Turismo Médico (MTA) a los pacientes de las empresas de turismo médico, demostró que la mayoría de turistas extranjeros (75%) que salen de su país en busca de hacerse un procedimiento médico lo hacen acompañados de otra persona. (GuíadeturismoMedicoseguro.com, 2012)

### **4.3.3 Tendencias a Procedimientos Médicos**

La cultura estadounidense, siempre se ha visto afectada por, la influencias de las culturas extranjeras y con ella un deseo de verse y sentirse mejor; es por esto, que una de las principales razones por las que la mayoría de procedimientos médicos demandados por estadounidenses en países extranjeros son los dentales, seguido por los cosméticos, ortopédicos y cardiovasculares. (blog-eeuu.com, CBRE Hotels, 2012)

## **4.4 BARRERAS Y TRATADOS COMERCIALES**

Los turistas extranjeros, principalmente de los Estados Unidos no necesitan ningún tipo de visa para ingresar al Ecuador, solamente es necesario un pasaporte valido por al menos 6 meses y pasaje aéreo de vuelta a su país natal u otro destino. El tiempo máximo de estadía para un turista en Ecuador es de 90 días o 3 meses, si se desea permanecer más tiempo es necesario comenzar los trámites en los respectivos consulados del país de origen del turista. (Guía mundial de viajes, 2012)

### **4.4.1 Tratados Comerciales**

Ecuador cuenta con 11 acuerdos vigentes, entre uniones aduaneras, acuerdos multilaterales, acuerdos marco o de cooperación entre empresas y acuerdos de alcance parcial. Por otra parte, tiene 2 tratamientos preferenciales Unilaterales, con Estados Unidos y la Unión Europea conocidos como el Acuerdo de Preferencias Arancelarias para Países Andinos y Erradicación de la Droga (ATPDEA) y el Sistema general de preferencias (SGP plus); Sin embargo, todos los acuerdos antes mencionados afectan a los productos mas no a los sectores relacionados con servicio. (SICE 2012, AITE 2010 Pg # 2,)

Por otro lado el Ecuador está negociando TLC's (Tratados de Libre Comercio) en el cual se exonera el cobro de impuestos a los productos de Estados Unidos

y la Unión Europea con el fin aumentar el desarrollo económico del país; sin embargo, los términos de estos tratados aun afectan rotundamente el desarrollo de la mayoría de sectores del país principalmente los menos desarrollados como el sector farmacéutico y textil. (El Telégrafo, 2012)

Por otro lado, la finalización del ATPDEA o el SGP plus afectaría al sector del turismo médico, debido al encarecimiento de las medicinas y por consiguiente los procedimientos médicos; ya que este sector todavía importa de otros países casi un 80% del total de las medicinas. (El Universo, 2012)

#### **4.5 PLAN DE MERCADOTECNIA: ESTRATEGIA DE LAS 4 P'S**

A continuación se detallan las estrategias que se deberían aplicar para la implantación de una empresa de turismo médico en Ecuador, dirigida al mercado estadounidense, con respecto al precio, servicio, distribución y comunicación en base a los factores analizados anteriormente.

##### **4.5.1 Estrategia de Servicio**

Es recomendable que el servicio que se ofrezca a los clientes de una empresa de turismo médico contenga las siguientes características:

- Calidad en los procedimientos médicos, utilizando los procedimientos más avanzados, y la mejor tecnología en instrumentos quirúrgicos. Además las operaciones se las realizarán en clínicas y/u hospitales certificados por el Ministerio de Salud Pública del Ecuador y/o la Sociedad Ecuatoriana de cirugía plástica entre otras instituciones encargadas de salvaguardar la salud de las personas; de esta forma el cliente tendrá una mayor seguridad al momento de realizarse cualquier cirugía.
- Los proveedores de salud de una empresa de turismo médico deben tener personal capacitado; cirujanos y demás médicos deben estar

capacitados e informados de nuevos procedimientos médicos que ayuden a los pacientes a la recuperación, y reduzcan el dolor o las molestias de las cirugías.

- El alojamiento debe ser en un lugar tranquilo y acogedor, para optimizar la recuperación del cliente, además debe estar cerca de cualquier institución hospitalaria o clínica privada que tenga la capacidad de sobrellevar cualquier posible complicación médica.
- Servicio y atención personalizada. Cada cliente debería tener si así lo requiere, una persona que lo ayude con la traducción y/o cualquier otra inquietud que lo ayude a hacer, más placentera y fácil su estadía, en Ecuador.
- Los paquetes de turismo médico deben ser diseñados para 2 personas (paciente y acompañante) tomando en cuenta que la mayoría de extranjeros (75%) de turismo médico sale acompañado de otra persona.
- los paquetes de turismo médico debe tener un promedio de 15 días de duración, tomando en cuenta el comportamiento de los estadounidenses con respecto al tiempo de estadía en un país extranjero y el número de días para el chequeo post quirúrgico de cualquier cirugía.
- El servicio de guías turísticas a los diferentes sitios turísticos de la capital ecuatoriana tienen que ser realizadas por personal altamente capacitado y profesional en lo que se refiere a transporte y turismo cultural; y deberán ser realizados en establecimientos que cuenten con información en dos o más idiomas, además de guías bilingües necesarios para recibir a turistas de otros países.
- Las salidas turísticas deben ser realizadas a lugares tranquilos y/o que cuenten con la infraestructura necesaria para que no representen mayor

esfuerzo físico para el paciente, tales como iglesias, centros comerciales, centros históricos etc. Con el fin de no perjudicar su recuperación.

- Las salidas turísticas no deben ser a lugares muy alejados de donde se hospedan los turistas, con el fin de no someterlos a viajes largos y agotadores.

Un servicio de turismo médico ofertado según las características antes mencionadas, será de alta calidad y satisfará las necesidades de la mayoría de clientes.

La empresa de turismo médico, debe intentar asociarse con el mayor número de proveedores, ya que eso dará más control sobre ellos y permitirá ofrecer una mayor variedad de servicios dentro del paquete de turismo médico.

Otra estrategia para el servicio, es el hacer mayor énfasis en el turismo, ya que la competencia trae pacientes para operarse pero hace poco o ningún esfuerzo en desarrollar el turismo en el Ecuador.

#### **4.5.2 Estrategia de Precio**

Tomando en cuenta que el servicio de turismo médico no es un servicio relativamente nuevo en el mercado, la estrategia de precio para ingresar al mercado estadounidense debe ser con un precio igual o mayor a la competencia, pero ofrecer un servicio más personalizado y de mayor calidad. Esto se lo puede hacer negociando el precio cobrado a la empresa de turismo médico por los proveedores, con el fin de ofrecer precios competitivos con respecto a la competencia pero sin sacrificar el margen de rentabilidad promedio del mercado de aproximadamente el 35%.



### **4.5.3 Estrategia de Distribución**

Al momento de hacer la distribución para el servicio de turismo médico, se debe tener en cuenta que el 80% de la población estadounidense tiene acceso a internet; por lo tanto, el uso de redes sociales como Facebook, Twitter o LinkedIn, además de páginas web de médicos, hospitales, clínicas y cualquier otra página relacionada al turismo o salud, son una buena herramienta para acercar el servicio a los consumidores. (Indexmundi, 2012a)

Como se dijo anteriormente, la empresa debe tener una estrategia de relacionarse con sus proveedores, por lo tanto una buena forma de llegar a los clientes es a través de las agencias de viajes, seguros, correos, hoteles etc. como intermediarios, de esta forma se cubrirá un mayor porcentaje del mercado.

### **4.5.4 Estrategia de Comunicación**

Una buena manera de adquirir clientes es ofrecer precios competitivos; por lo que, la empresa debe ofrecer promociones o descuentos, principalmente en épocas en que una gran parte de los ecuatorianos prefieren viajar a la zona costera ecuatoriana, dejando con poca afluencia a los hoteles de la capital ecuatoriana y obligándoles a reducir sus precios.

Por otra parte se puede dar a conocer la empresa a los clientes, mediante ferias internacionales de turismo como la IMEX AMÉRICA en las Vegas, Nevada, destacando los atractivos turísticos que tiene la ciudad de Quito como lo son el Panecillo, las iglesias y museos, además de excursiones a montañas y nevados como el Pasochoa o el Cotopaxi que quedan a menos de 1 hora y media de la capital.

Otra importante feria internacional es la EXPONICA 2012 en la ciudad de Miami, Florida en Estados Unidos, que concentra expositores del ámbito

artesanal, artístico, comercial, y cultural del continente Americano y que para el año 2012 incluirá a expositores de sectores como el turismo médico, y urbanizadoras. (El nuevo diario 2012, Exponica internacional 2012)

Por otro lado, se puede publicar la empresa en páginas web de médicos o cualquier otra página web relacionada al turismo o a la salud.

Además, se debe implementar una estrategia de comunicación con proveedores, ya que estos al mismo tiempo que ayudan en la distribución del producto o servicio, estarán comunicando los posibles descuentos y precios antes mencionados.

## 5 CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1 CONCLUSIONES

- Ecuador no cuenta con un significativo número de nuevas clínicas y hospitales públicos y privados en los últimos años, lo que ha hecho que la demanda de servicios de salud en el Ecuador sature los establecimientos públicos obligando al gobierno ecuatoriano a apoyarse en el sector privado, por lo que ya se aprecia un panorama de saturación en el sector privado.
- Hay un incremento considerable de nuevos médicos en Ecuador en los últimos diez años debido al auge de las carreras de medicina, y a la mayor demanda de procedimientos médicos con fines estéticos o de prevención.
- La medicina privada y en general la industria de la salud ecuatoriana no están desarrolladas como en países extranjeros por lo que no aportan al Producto Interno Bruto o producción de un país, en un gran porcentaje.
- Los Factores externos del Ecuador como los Económicos, Geográficos, Políticos, Tecnológicos, Sociales y Culturales; muestran que el Ecuador tiene la capacidad técnica para recibir a turistas de salud provenientes de Estados Unidos.
- El turismo en el Ecuador ha aumentado considerablemente en los últimos años, esto ha hecho que se desarrollen las industrias relacionadas al turismo.
- La Competencia en Ecuador tiene fallas en el canal de comunicación y en la publicidad; ya que sus páginas web están mal estructuradas por lo que se vuelve difícil encontrar información en ellas. No obstante, cuentan con

asociaciones fuertes a hospitales, clínicas y médicos que tienen mayor reconocimiento a nivel nacional e internacional.

- Países latinoamericanos y del Caribe, están aumentando su participación en el mercado de turismo médico mundial, debido al enfoque en la calidad de servicios médicos para superar estándares internacionales.
- México es el país vecino que más se beneficia de la salida de los estadounidenses, por lo que se vuelve su mayor proveedor de turismo médico, debido a sus bajos precios.
- Los principales proveedores de una empresa de turismo médico son médicos, hospitales y clínicas privadas, agencias de viajes, agencias de seguros, empresas de servicios postales, los mismos que ayudan a la comunicación y distribución de los servicios prestados por la empresa.
- Los servicios complementarios que se pueden utilizar con este paquete de turismo médico llevan relación con prácticas ancestrales como el taichí, yoga y la meditación que han tenido un auge en los últimos años.
- Los costos y precios referenciales de la competencia directa (Medtravel) demuestran que su margen de ganancia es elevado, lo que hace al turismo médico un negocio atractivo.
- Los costos referenciales del paquete de investigación, demuestran que el Ecuador tiene una clara ventaja en precios con respecto a Estados Unidos y el Reino Unido.
- A pesar de la crisis económica que Estados Unidos tuvo en 2008, los precios, la producción y el comportamiento del consumidor respecto a la salud y el turismo, se han mantenido relativamente constantes.

- En Ecuador el número de turistas de salud provenientes de Estados Unidos se ha incrementado en los últimos años.
- Al tener el Estado estadounidense una participación baja o nula en el Sector de la salud, los precios se rigen más por las leyes de oferta y demanda, que por satisfacer las necesidades de salud de las personas, lo que ha hecho que el sector de la salud en Estados Unidos tenga un nivel de precios alto.
- Los altos niveles de precios en el sector de la salud de Estados Unidos, obliga a los estadounidenses a conseguir seguros médicos que cubran por lo menos las necesidades básicas de salud; sin embargo, aún las agencias de seguros no ofrecen la cobertura y un nivel competitivo de precios para que todos los estadounidenses tengan la posibilidad de adquirir uno.
- Los estadounidenses al momento de elegir un destino en el cual hacer turismo de salud toman en cuenta en primer lugar el precio, seguido de la calidad y la distancia.
- Ha existido un aumento en los últimos años de cirugías principalmente estéticas debido a la influencia de la televisión y el cine en las personas.

Del análisis efectuado se puede concluir que el mercado estadounidense tiene diversos factores que lo hacen un mercado atractivo en el cual incursionar con una empresa de turismo médico, con el fin de atraer turistas al Ecuador.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

La empresa que decida traer turistas que quieran realizarse procedimientos médicos y además conocer el Ecuador, deben separar las citas con los respectivos médicos con un tiempo considerable, con el fin de permitir a los

establecimientos de salud organizarse y cumplir con la cita a la hora específica de este modo se podrá sobrellevar el problema de saturación del sector de la salud ecuatoriana.

Aprovechar las ventajas que tiene el Ecuador con respecto al precio y la ubicación geográfica, con respecto a otros países principalmente europeos y asiáticos.

Aprovechar las fallas de la competencia, mediante la implementación de las estrategias de servicio, precio, distribución y promoción detalladas en el plan de marketing del capítulo 3.

## REFERENCIAS

### Libros:

- Ricardo David (1950): Principios de economía, política y tributación. Londres, Inglaterra. Como se vio en la clase de Economía y Comercio internacional impartida por Prof. Juan Carlos Zabala A. en la Universidad de las Américas. Quito, Ecuador
- Roberto H. Sampieri (2010), 5ta Edición: Metodología de la investigación. Marco conceptual. Mc.Graw Hill.
- Smith Adam (1776): la riqueza de las naciones. Londres, Inglaterra. Como se vio en la clase de Economía y Comercio Internacional impartida por Prof. Juan Carlos Zabala A. en la Universidad de las Américas. Quito, Ecuador.

### Documentos de Internet:

- (B.C.E 2011a): Boletín Anuario No.- 33 año: 2011. Capítulo 5 Subtema: 1.5b. Índice de precios al consumidor por grupos y subgrupos. (sector salud)
- (B.C.E 2011b): Reporte mensual de inflación, Diciembre de 2011 URL: <http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201112.pdf> Descargado: 02/02/2012
- (B.C.E 2011c): Boletín Anuario No.- 33 año: 2011. Capítulo 2. Subtema: 2.4. Egresos del presupuesto del gobierno (Salud y desarrollo comunal, turismo).
- (INEC 2001a): Anuario de recursos y actividades de salud del año 2001, Cuadro No.- 25. consultas de morbilidad, realizadas por médico, obstetrix y enfermería, en los establecimientos de salud
- (INEC 2001b): Anuario de recursos y actividades de salud de 2001; Cuadro No.-11. Personal médico que trabaja en establecimientos de salud
- (INEC 2004a): Anuario de recursos y actividades de salud de 2004; Cuadro No.- 2. Establecimientos de salud con y sin internación hospitalaria.
- (INEC 2005a): Anuario de recursos y actividades de salud de 2005; Cuadro No.- 2. Establecimientos de salud con y sin internación hospitalaria.

- (INEC 2005b): Encuesta anual de hoteles restaurantes y servicios de 2005; Cuadro No.- 1. Número de establecimientos, personal ocupado, remuneración producción total, consumo intermedio, valor agregado a precios de productor, depreciaciones y FBK...
- (INEC 2005c): Anuario de migración internacional de 2005; Cuadro No.- 18. Entradas y salidas de extranjeros por sexo, según categoría migratoria.
- (INEC 2006a): Anuario de recursos y actividades de salud de 2006; Cuadro No.- 2 Establecimientos de salud con y sin internación hospitalaria.
- (INEC 2006b): Encuesta anual de hoteles restaurantes y servicios de 2006; Cuadro No.- 1. Número de establecimientos, personal ocupado, remuneración producción total. Et al.
- (INEC 2006c): Anuario de recursos y actividades de salud de 2006; Cuadro No.- 49. Consultas de prevención y gineco-obstétricas, certificados de salud, realizadas en los establecimientos de salud
- (INEC 2006d): Anuario de migración internacional de 2006; Cuadro No.- 18. Entradas y salidas de extranjeros por sexo, según categoría migratoria.
- (INEC 2007a): Anuario de recursos y actividades de salud de 2007; Cuadro No.- 2 Establecimientos de salud con y sin internación hospitalaria.
- (INEC 2007b): Encuesta anual de hoteles restaurantes y servicios de 2007; Cuadro No.- 1. Número de establecimientos, personal ocupado, remuneración producción total. Et al.
- (INEC 2007c): Anuario de recursos y actividades de salud de 2007; Cuadro No.- 49. Consultas de prevención y gineco-obstétricas, certificados de salud, realizadas en los establecimientos de salud...
- (INEC 2007d): Anuario de migración internacional de 2007; Cuadro No.- 18. Entradas y salidas de extranjeros por sexo, según categoría migratoria.
- (INEC 2008a): Anuario de recursos y actividades de salud de 2008; Cuadro No.- 2 Establecimientos de salud con y sin internación hospitalaria.
- (INEC 2008b): Encuesta anual de hoteles restaurantes y servicios de 2008; Cuadro No.- 1. Número de establecimientos, personal ocupado, remuneración producción total. Et al.
- (INEC 2008c): Anuario de recursos y actividades de salud de 2008; Cuadro No.- 44. Consultas de prevención y gineco-obstétricas, certificados de salud, realizadas en los establecimientos de salud...
- (INEC 2008d): Anuario de migración internacional de 2008; Cuadro No.- 18. Entradas y salidas de extranjeros por sexo, según categoría migratoria.



- (INEC 2009b): Anuario de recursos y actividades de salud de 2009; Cuadro No.- 2 Establecimientos de salud con y sin internación hospitalaria.
- (INEC 2009c): Encuesta anual de hoteles restaurantes y servicios de 2009; Cuadro No.- 1. Número de establecimientos, personal ocupado, remuneración producción total. Et al.
- (INEC 2009d): Anuario de recursos y actividades de salud de 2006; Cuadro No.- 44 Consultas de prevención y gineco-obstétricas, certificados de salud, realizadas en los establecimientos de salud...
- (INEC 2009e): Anuario de migración internacional de 2009; Cuadro No.- 18. Entradas y salidas de extranjeros por sexo, según categoría migratoria.
- (INEC 2010c): Anuario de recursos y actividades de salud de 2010; Cuadro No.- 18. Médicos generales y por especialidades, que trabajan en establecimientos de salud
- (INEC 2010d): Anuario de recursos y actividades de salud de 2010; Resumen gráfico No.- 9. Médicos que trabajan en establecimientos de salud según especialidades
- (INEC 2010e): Anuario de migración internacional de 2010; Cuadro No.- 18. Entradas y salidas de extranjeros por sexo, según categoría migratoria.
- (INEC 2010f): Anuario de migración internacional de 2010; Cuadro No.- 21. Entradas de No Inmigrantes por Categoría Migratoria, según Nacionalidad
- (INEC, 2009a): Anuario de Estadísticas Hospitalarias; Anuario de recursos y actividades de salud de 2009: Camas y egresos hospitalarios
- (INEC, 2010a): Anuario de recursos y actividades de salud del año 2010, Resumen Gráfico No.- 1. Número de establecimientos de salud con y sin internación hospitalaria
- (INEC, 2010b): Anuario de recursos y actividades de salud de 2010; Cuadro No.- 28. Consultas de morbilidad, primeras y subsecuentes, de emergencia, realizadas en los establecimientos de salud.
- About.com (2012): Salud infantil - Descifrando el seguro médico URL: <http://saludinfantil.about.com/od/Cobertura/a/Descifrando-El-Seguro-M-Edico.htm> Descargado: 26/05/2012
- América economía (2012): Los 35 de la fama: conozca el ránking de los mejores hospitales y clínicas de América Latina. URL: <http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/los-35-de-la-fama-conozco-el-ranking-de-los-mejores-hospitales-y-clinicas-de-lat> Descargado: 05/04/2012

- Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE 2010): Ecuador y los Acuerdos Comerciales. Boletín mensual # 6. Publicado: 12 de Julio de 2010
- Asociación Nacional de Clínicas y Hospitales Privados del Ecuador (ACHPE, 2012): Quienes Somos. URL: <http://achpe.org.ec/quienes-somos> Descargado: 05/02/2012
- Assist-card.com (2012): Nuestros Servicios URL: [http://www.assist-card.com/nuestros\\_servicios.aspx](http://www.assist-card.com/nuestros_servicios.aspx) Descargado: 19/05/2012
- Banco Mundial (2012a): PIB per cápita (US\$ a precios actuales): Estados Unidos. URL: <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD/countries> Descargado: 24/05/2012
- Banco Mundial (2012b): Migración Neta Estados Unidos. URL: <http://datos.bancomundial.org/indicador/SM.POP.NETM> Descargado: 24/05/2012
- Banco Mundial (2012c): Ahorro bruto (% del PIB). URL: <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GNS.ICTR.ZS> Descargado: 24/05/2012
- Banco Mundial (2012d): Gasto en salud per cápita (US\$ a precios actuales) URL: <http://datos.bancomundial.org/indicador/SH.XPD.PCAP> Descargado: 26/05/2012
- Belle.com (2012): cirugía plástica URL: <http://belle.com/sp-a-b-cirugias-plasticas.html> Descargado: 19/05/2012
- Blog-eeuu.com (2012): ARTE Y CULTURA ESTADOUNIDENSE URL: <http://blog-eeuu.com/todo-estados-unidos/estados-unidos/arte-y-cultura-estadounidense> Descargado: 28/05/2012
- Blogspot (2011): historia y teoría del turismo. URL: [http://turismohistoria.blogspot.com/2008/04/etimologia-y-evolucion-del-concepto-de\\_26.html](http://turismohistoria.blogspot.com/2008/04/etimologia-y-evolucion-del-concepto-de_26.html) Descargado: 19/06/2011
- Booking.com (2012): Hotel Quito URL: [http://www.booking.com/hotel/ec/quito.es.html?sid=3591b8cbc67f8358c6160b3c9ed5e79d;dcid=1#availability\\_](http://www.booking.com/hotel/ec/quito.es.html?sid=3591b8cbc67f8358c6160b3c9ed5e79d;dcid=1#availability_)
- Cafebabel.com (2012): La crisis económica de 2008 explicada. URL: <http://www.cafebabel.es/article/26634/explicacion-tesis-economica-hipoteca-petroleo.html> Descargado: 23/05/2012

- CBRE Hotels (2012): Turismo Medico. URL: <http://www.checkincbrehotels.com/check-in-12/inner6.html> Descargado: 28/05/2012
- Central de Inteligencia (CIA 2012a). WORLD FACTBOOK: UNITED STATES URL: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html> Descargado: 22/05/2012
- Central de Inteligencia (CIA 2012b). WORLD FACTBOOK: UNITED STATES URL: Country Comparison: Population. URL: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2119rank.html?countryName=United%20States&countryCode=us&regionCode=noa&rank=3#us> Descargado: 24/05/2012
- Cincodias.com (2012): El PIB de Estados Unidos crece menos de lo esperado. URL: [http://www.cincodias.com/articulo/economia/pib-estados-unidos-crece-esperado/20120127cdscdseco\\_15/](http://www.cincodias.com/articulo/economia/pib-estados-unidos-crece-esperado/20120127cdscdseco_15/) Descargado: 24/05/2012
- Ciudadanía informada (2012): Incremento en precio de medicamentos exige mayor control de autoridades. URL: [http://www.ciudadaniainformada.com/ciudadania/ciudadania-despliegue-noticias/ir\\_a/regional/article//incremento-en-precio-de-medicamentos-exige-mayor-control-de-autoridades.html](http://www.ciudadaniainformada.com/ciudadania/ciudadania-despliegue-noticias/ir_a/regional/article//incremento-en-precio-de-medicamentos-exige-mayor-control-de-autoridades.html) Descargado: 06/01/2012
- Crece negocios (2011): Tecnicas de investigación de mercado. URL: <http://www.crecenegocios.com/tecnicas-de-investigacion-de-mercados/> Descargado: 22/06/2011
- Datosmacro.com (2012): IPC de USA. URL: <http://www.datosmacro.com/ipc-paises/usa?sector=Medicina&sc=IPC-M> Descargado 22/05/2012
- Definición.de (2011): definición de medicina. URL: <http://definicion.de/medicina/> Descargado: 20/06/2011
- Diario hoy.com.ec (2011a): Salud a bajo costo atrae a extranjeros. URL: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/salud-a-bajo-costos-atrae-a-extranjeros-469045.html> Descargado: 14/12/2011
- Diario hoy.com.ec (2012b): Gobierno de Ecuador declarará mañana en emergencia al sector de la Salud. URL: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/gobierno-de-ecuador-declarara-manana-en-emergencia-al-sector-de-la-salud-452041.html> Descargado: 08/02/2012

- Diario la Hora (2012): Salud pública necesitaría apoyarse en la medicina privada. URL: <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show> Descargado: 30/01/2012
- Dirección General de Aviación Civil (DGAC, 2012): la DGAC URL: <http://www.dgac.gob.ec/> Descargado: 05/05/2012
- Eco-finanzas (2012): El Mercantilismo. URL: <http://www.eco-finanzas.com/economia/corrientes/mercantilismo.htm> Descargado: 15/12/2011
- EcuadorUniversitario.com (2012): Estadísticas Universitarias al 31 de Diciembre del 2008. URL: <http://ecuadoruniversitario.com/directivos-y-docentes/estadisticas/estadisticas-universitarias-al-31-de-diciembre-del-2008/> Descargado: 01/15/2012
- Ecuavisa.com (2012): Un sondeo sobre el transporte público justifica construir el metro en Quito. URL: <http://www.ecuavisa.com/noticias/noticias-regionales-sierra/46802-un-sondeo-sobre-el-transporte-publico-justifica-construir-el-metro-en-quito.html> Descargado: 10/05/2012
- El nuevo diario (2012): Turismo médico y viviendas en Exponica 2012 URL: <http://www.elnuevodiario.com.ni/economia/252934-turismo-medico-viviendas-exponica-2012> Descargado: 31/05/2012
- El Telegrafo (2012): Negociación debe evitar un TLC con la UE. URL: [http://www.telegrafo.com.ec/index.php?option=com\\_zoo&task=item&item\\_id=33365&Itemid=11](http://www.telegrafo.com.ec/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=33365&Itemid=11) Descargado: 29/05/2012
- El Universo (2011a): Ecuador ve nuevos impuestos "verdes" para mejorar sector de la salud URL: <http://www.eluniverso.com/2011/06/13/1/1356> Descargado: 07/02/2012
- El Universo (2011b): Se intenta bajar importación de sector farmacéutico y de carros URL: <http://www.eluniverso.com/2010/12/15/1/1356/intenta-bajar-importacion-sector-farmaceutico-carros> Descargado: 29/05/2012
- Elciudadano.gob.ec (2011): Ecuador tiene 14.3 millones de habitantes URL: [http://www.elciudadano.gov.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=20793:ecuador-tiene-143-millones-de-habitantes-&catid=1:archivo](http://www.elciudadano.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=20793:ecuador-tiene-143-millones-de-habitantes-&catid=1:archivo) Descargado 22/12/2011
- Eleconomista.mx (2012): Estadounidenses cambian hábitos de gasto y ahorro: Citi URL: <http://eleconomista.com.mx/finanzas/2009/09/25> Descargado: 25/05/2012
- Exponica internacional (2012): Bienvenidos a La Feria de las Américas URL: <http://www.exponica.org/esp/> Descargado:31/05/2012

- gestiopolis.com (2012): Distribución. URL: <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/distbn.htm> Descargado: 17/05/2012
- Global-rates.com (2012): Inflación Estados Unidos – Índice de Precios al Consumidor. URL: <http://es.global-rates.com/estadisticas-economicas/inflacion/indice-de-precios-al-consumo/ipc/estados-unidos.aspx> Descargado: 22/05/2012
- Guía mundial de viajes (2012): Ecuador Pasaporte y Visado URL: [http://www.guiamundialdeviajes.com/country/79/passport\\_visa/Am%E9rica-del-Sur/Ecuador.html](http://www.guiamundialdeviajes.com/country/79/passport_visa/Am%E9rica-del-Sur/Ecuador.html) Descargado: 28/05/2012
- GuíadeturismoMedicoseguro.com (2012): Algunas Estadísticas de Turismo Médico y otros datos curiosos URL: <http://guiadeturismomedicoseguro.com/blog/algunas-estadisticas-de-turismo-medico-y-otros-datos-curiosos.html> Descargado: 28/05/2012
- Herramientasparapymes (2012): Estadísticas sobre canales de comunicación utilizados por las empresas URL: <http://www.herramientasparapymes.com/estadisticas-sobre-canales-de-comunicacion-utilizados-por-las-empresas> Descargado: 17/05/2012
- Indexmundi (2012a): Número de usuarios de internet. URL: [http://www.indexmundi.com/es/estados\\_unidos/numero\\_de\\_usuarios\\_de\\_internet.html](http://www.indexmundi.com/es/estados_unidos/numero_de_usuarios_de_internet.html) Descargado: 16/05/2012
- Indexmundi (2012b): Comparación de países: Producto Interno Bruto. URL: <http://www.indexmundi.com/g/r.aspx?c=us&v=65&l=es> Descargado: 23/05/2012
- Indexmundi (2012c): Cuadros de Datos Históricos Anuales. Economía: Producto interno Bruto: Estados Unidos URL: <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=us&v=65&l=es> Descargado: 23/05/2012
- Indexmundi (2012d): Comparación de países: Obesidad tasa de prevalencia en adultos: Estados Unidos URL: <http://www.indexmundi.com/g/r.aspx?c=us&v=2228&l=es> Descargado: 25/05/2012
- Indexmundi (2012e): Comparación de países: camas de hospital por habitante: Estados Unidos URL: <http://www.indexmundi.com/g/r.aspx?c=us&v=2227&l=es> Descargado: 25/05/2012
- Indexmundi (2012f): Comparación de países: Densidad de Médicos: Estados Unidos URL:

<http://www.indexmundi.com/g/r.aspx?c=us&v=2226&l=es> Descargado: 25/05/2012

- Indexmundi (2012g): Comparación de países: Gasto en salud: Estados Unidos URL: <http://www.indexmundi.com/g/r.aspx?c=us&v=2225&l=es> Descargado: 26/05/2012
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS 2012): Red de prestadores Externos. URL: [http://www.iess.gob.ec/documentos/seguro\\_salud/portal2010/prestadores\\_externos.pdf](http://www.iess.gob.ec/documentos/seguro_salud/portal2010/prestadores_externos.pdf) Descargado: 10/02/2012
- Instituto Nacional de estadísticas y Censos del Ecuador (INEC). URL: [http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=313&Itemid=405&lang=es](http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=313&Itemid=405&lang=es). Descargado: 10/01/2012
- Investigación de campo A: Investigación de los días de funcionamiento y servicios ofrecidos por los Hospitales H. Metropolitano, H. Vozandes, el H. de los Valles, el H. IESS - San Francisco de Quito y las Clínicas Privadas de la Dr. Ana Meza, Dr. Pulgar Barreno y la Fundación Vista para Todos.
- Investigación de campo B: Comprobación y Experiencia propia en base al uso de los servicios de las aerolíneas AEROGAL, LAN dentro del territorio Ecuatoriano en años pasados.
- Investigación de campo C: Comprobación de los servicios ofrecidos por la empresa BAYARTOURS Y AUTO EXPRESS. Experiencia propia en base al uso de transporte público (Buses y taxis) dentro del Ecuador.
- Investigación de campo D: Sondeo de precios y servicio ofrecidos por hoteles en Quito, Ecuador; mediante el Uso de la página Booking.com para buscar hoteles de 3, 4 y 5 estrellas.
- Investigación de campo E: Investigación de los diferentes servicios ofertados por agencias de turismo en Quito, Ecuador a través de la página in-quito.com URL: <http://www.in-quito.com/uio-kito-qito-kyto-kyto/spanish-uio/agencias-de-viaje-quito-ecuador/quito-agencia-de-viaje.htm> Descargado: 15/05/2012
- Investigación de campo F: investigación, sobre los servicios prestados por las agencias de seguros Hispana de Seguros, QBE Seguros Colonial y PAN AMERICAN LIFE en las diferentes empresas.
- Investigación de campo G: se realizó un sondeo de precios cobrados por 20 hoteles, 8 aerolíneas y 5 restaurantes mediante el uso de las paginas despegar.com, menuexpress.ec y booking.com; además se realizó entrevista a 2 extranjeros de nacionalidades estadounidenses (Sr. Paul Lane, Sra. Gloria Chynoweth), un extranjero Alemán (Bruno Devetak) y

un extranjero Español (Ignacio Roger), con el fin de obtener y validar la información obtenida anteriormente sobre costos de transporte, medicina y comida local en los distintos países para crear los paquetes de investigación de turismo medico de 15 días.

- labuti.com (2012): Yoga, Taichí y Meditación URL: <http://www.labuti.com/espanol/yoga.html> Descargado: 17/05/2012
- Medical Group Turism (2012): Pasos y procesos a seguir. URL: <http://www.medicalgrouptourism.com/pasos-procesos-pagos-turismo-medico.html> Descargado: 05/04/2012
- Medicos Ecuador (2012): Quienes Somos. URL: [http://www.turismoecuador.com/espanol/nuestro\\_sitio/quienes\\_somos.htm](http://www.turismoecuador.com/espanol/nuestro_sitio/quienes_somos.htm) Descargado: 20/04/2012
- MedTravel (2012a): Pricing: Medical Procedure Only URL: <http://www.medtravelecuador.com/index.php/services-and-pricing/medical-procedure> Descargado: 05/04/2012
- MedTravel (2012b): Pricing: The Medtravel VIP Package All Inclusive Option URL: <http://www.medtravelecuador.com/index.php/services-and-pricing/vip-package> Descargado: 05/04/2012
- MedTravel (2012c): Join Commission International (JCI). URL: <http://www.medtravelecuador.com/index.php/jci> Descargado: 05/04/2012
- Mis respuestas.com (2011): ¿que es el turismo? URL: <http://www.misrespuestas.com/que-es-el-turismo.html> Descargado: 19/06/2011
- Nacion.com (2012): ¿Produce algo EE.UU. hoy en día? URL: [http://www.nacion.com/In\\_ee/2009/febrero/17/economia1878621.html](http://www.nacion.com/In_ee/2009/febrero/17/economia1878621.html) Descargado: 23/05/2012
- Office of Travel and Tourism Industries (OTTI 2010a): Profile of U.S. Resident Travelers Visiting Overseas Destinations: 2010 Outbound. Publicado: Noviembre 10 de 2011 Cuadro 22 Pag # 9, 10
- Office of Travel and Tourism Industries (OTTI 2010b): Profile of U.S. Resident Travelers Visiting Overseas Destinations: 2010 Outbound. Publicado: Noviembre 10 de 2011 Cuadro 5 Pag # 4
- Office of Travel and Tourism Industries (OTTI 2010c): Profile of U.S. Resident Travelers Visiting Overseas Destinations: 2010 Outbound. Publicado: Noviembre 10 de 2011 Cuadro 11 Pag # 6

- Office of Travel and Tourism Industries (OTTI 2010d): Profile of U.S. Resident Travelers Visiting Overseas Destinations: 2010 Outbound. Publicado: Noviembre 10 de 2011 Cuadro 12 Pag # 6
- Office of Travel and Tourism Industries (OTTI 2010e): Profile of U.S. Resident Travelers Visiting Overseas Destinations: 2010 Outbound. Publicado: Noviembre 10 de 2011 Cuadro 23 Pag # 11
- Programa de Capacitación y Modernización Empresarial (PROMODE) (2011): INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. URL: <http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp> Descargado: 29/11/2011
- Promonegocios.net (2011): Definición de cultura. URL: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/cultura-definicion.html> Descargado: 25/06/2011
- Promonegocios.net (2012): la segmentación del mercado. URL: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentacion-del-mercado.htm> Descargado: 06/01/2012
- Public Alpha punto com (2012): Influencia de la tecnología en la sociedad. URL: <http://publicalpha.com/influencia-de-la-tecnologia-en-la-sociedad/> Descargado: 05/01/2012
- Reglamento de servicios de salud privados: Acuerdo Ministerial 12005 Publicado en: Registro oficial 882 el 26 de Julio de 1979. Capítulo 3 ART. 30
- Revista Amiga (2012): Salud: Templos de salud, belleza y placer. URL: <http://www.revistaamiga.com/Amiga076/2005121165855.htm> Descargado: 17/05/2012
- Servicio de Rentas Internas (SRI 2012a): Impuesto al valor agregado. URL: <http://www.sri.gob.ec/web/10138/102> Descargado: 27/01/2012
- Servicio de Rentas Internas (SRI 2012b): Impuesto a los consumos especiales. URL: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/ice> Descargado: 27/01/2012
- Sistema de Información sobre Comercio Exterior (SICE 2012): Información sobre Ecuador: Acuerdos comerciales en vigor URL: [http://www.sice.oas.org/ctyindex/EQU/ECUAgreements\\_s.asp](http://www.sice.oas.org/ctyindex/EQU/ECUAgreements_s.asp) Descargado: 28/05/2012
- Sociedad Ecuatoriana de Cirugía (2012): Estatutos: Capítulo II. Obligaciones y derechos de los miembros. URL: <http://www.sociedadcirugiapichincha.org/estatutos.html> Descargado: 07/02/2012



- Sociedad Ecuatoriana de Cirugía Plástica Reconstructiva y Estética (SECPRE, 2012): Carta de compromiso. URL: [http://www.secpre.ec/espanol/documentos/carta\\_compromiso.htm](http://www.secpre.ec/espanol/documentos/carta_compromiso.htm)  
Descargado: 07/02/2012
- Soyentrepreneur.com (2012): Las cuatro P. URL: <http://www.soyentrepreneur.com/las-cuatro-p.html>  
Descargado: 07/01/2012
- Sublimis (2012): Cirugía Mínimamente Invasiva o por Video laparoscopia en Córdoba. URL: <http://www.sublimis.com/cirugia-mini-invasiva-argentina.html>  
Descargado: 10/02/2012
- Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador: Empresas de seguros autorizadas a operar en el país URL: [http://www.sbs.gob.ec/practg/p\\_index?vp\\_art](http://www.sbs.gob.ec/practg/p_index?vp_art)  
Descargado: 02/05/2012
- Superintendencia de compañías: Consulta de número de empresas relacionadas al turismo y la salud como: cooperativas de taxis, empresas de transporte terrestre privado con conductor y aerolíneas, agencias de viajes, agencias de servicios postales y Courier. URL: <http://www.supercias.gov.ec/consultas/inicio.html>  
Descargado: 01/05/2012
- TN Relaciones (2012): Varios: Buscadores Generales. URL: <http://www.tnrelaciones.com/anexo/buscadores/>  
Descargado: 20/04/2012
- Trade Map (2011): Analisis de Valor importado por Ecuador para los productos Farmacéuticos (partida arancelaria 30), Instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria (sub partida 9018), Artículos y aparatos de ortopedia, incluidas las fajas y vendajes médicos (sub partida 9021), Aparatos de rayos x y aparatos que utilicen radiaciones alfa, beta o gama (sub partida 9022), Microscopios ópticos, incluso para fotomicrografía, cine fotomicrografía (sub partida 9011); Productos químicos orgánicos (partida arancelaria 29) URL: [http://www.trademap.org/Product\\_SelCountry\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx)  
Descargado: 11/12/2011
- Turismo Medico (2012a): Impacto local del turismo medico URL: <http://turismomedico.org/impacto-local-del-turismo-medico/>  
Descargado: 05/02/2012
- Turismo Médico (2012b): Ranking 2011 – 45 mejores Hospitales y Clinicas de América Latina: URL: <http://turismomedico.org/ranking-2011-45-mejores-hospitales-clinicas-america-latina/>  
Descargado: 05/02/2012

- Turismo Medico (2012c): Turismo medico: Un negocio que rebosa de salud. URL: <http://turismomedico.org/turismo-medico-un-negocio-que-rebosa-de-salud/> Descargado: 25/04/2012
- Turismo Medico (2012d): Turismo medico: Un negocio que rebosa de salud. URL: <http://turismomedico.org/turismo-medico-un-negocio-que-rebosa-de-salud/> Descargado: 25/04/2012
- Turismoeeuu.com (2012): Gente y costumbres de Estados Unidos URL: <http://www.turismoeeuu.com/gente-y-costumbres/> Descargado: 25/05/2012
- TurisMundial (2012): Ecuador Datos Generales (impuestos) URL: <http://www.turismundial.com/interna.asp?i=1&s=3&ss=35&v=> Descargado: 02/02/2012
- U.S Department of Commerce (Census.gov 2012a): QUARTERLY ESTIMATES FOR SELECTED SERVICE INDUSTRIES 4TH QUARTER 2011. Publicado: Marzo 11 Del 2010
- U.S Department of Commerce (Census.gov 2012b): U.S. Government Estimates of Quarterly Revenue for Selected Services 4<sup>th</sup> Quarter. Publicado: Marzo 11 Del 2010
- U.S Department of Commerce (Census.gov 2012c): Current Population Reports - Income, Poverty, and Health Insurance Coverage in the United States: 2010 Publicado: Septiembre de 2011. Cuadro 4 Pag # 15
- U.S Department of Commerce (Census.gov 2012d): Current Population Reports - Income, Poverty, and Health Insurance Coverage in the United States: 2010 Publicado: Septiembre de 2011. Cuadro 8 Pag # 26
- U.S Department of Commerce (Census.gov 2012e): Current Population Reports - Income, Poverty, and Health Insurance Coverage in the United States: 2010 Publicado: Septiembre de 2011. Cuadro A-1 Pag # 33
- U.S Department of Commerce (Census.gov 2012f): Current Population Reports - Income, Poverty, and Health Insurance Coverage in the United States: 2010 Publicado: Septiembre de 2011. Cuadro A-2 Pag # 34
- Universia (2012): Seguros médicos. URL: <http://internacional.universia.net> Descargado: 25/05/2012

- Vistazo.com (2012): Desde febrero tasa aeroportuaria se cobrará en pasajes aéreos URL: <http://www.vistazo.com/webpages/pais/?id=14015>  
Descargado: 05/02/2012
- Weltrek (2012a): About. URL: <http://www.weltrek.com/about.php>  
Descargado: 05/04/2012
- Weltrek (2012b): Weltrek parter clinics: Ecuador. URL: [http://www.weltrek.com/country\\_details.php?id=2](http://www.weltrek.com/country_details.php?id=2)  
Descargado: 05/04/2012