



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE ARGENTINA Y ECUADOR EN EL
MERCADO DE TURISMO ODONTOLÓGICO.**

**Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de Licenciado en Ciencias
Económicas y Administrativas Mención Comercio Internacional.**

Profesor guía

Ing. Byron Erazo

Autor

David Alejandro Granda Calderón

Año

2012

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el 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.”

Byron Erazo

Ingeniero en Marketing

1709363244

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.”

David Alejandro Granda Calderón

1718890518

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mis agradecimientos primero a Dios por permitirme seguir con mi vida para lograr la consecución de este objetivo, a mis padres, Arq. Patricia Calderón y el Arq. Ramiro Granda, por su apoyo incondicional y por su ejemplo impartido en toda mi vida, a mi hermano, el Ing. Ramiro Granda C. por demostrarme que nada se compara al amor incondicional de un hermano, a mi novia la odontóloga Paulina Soto por su apoyo brindado para la elaboración de esta tesis y al Ing. Byron Erazo, director de esta tesis, por su importante orientación y apoyo para la conclusión de la misma.

DEDICATORIA

A mi padre el Arq. Ramiro Granda Luna por el apoyo incondicional brindado y el gran esfuerzo realizado para que pueda culminar mi carrera.

RESUMEN

El propósito de esta tesis es analizar la factibilidad de realizar el negocio de turismo odontológico en Quito, tomando como referencia a Buenos Aires. Analizaremos precios, tecnología y conocimiento en comparación con países como Estados Unidos y Argentina para determinar si el mercado de Quito tiene una ventaja comparativa.

Para emprender esta revisión primeramente debemos evaluar el entorno país, sin necesidad de que seamos expertos economistas, basta con analizar las diferencias económicas de nuestro país con los países de referencia. Debemos estar seguros que podemos seguir mejorando en la calidad del servicio odontológico para ser competitivos y en un futuro muy próximo Quito sea tomada como referencia de turismo odontológico.

Para concluir podemos decir que el liderazgo en el mercado se gana logrando la satisfacción del cliente a través de la calidad del producto y el servicio al cliente, si falta esto, ninguna publicidad, promoción o arte en las ventas podrá compensarlo.

ABSTRACT

The purpose of this thesis is to analyze the feasibility of conducting the business of dental tourism in Quito, with reference to Buenos Aires. Analyze prices, technology and knowledge compared with countries like United States and Argentina for determine if the Quito's market has a comparative advantage. To get started with this review we must first evaluate our environment, without the need of economic expertise, it is enough to analyze the economic differences between our country and the reference countries. We must be sure that we can continue to improve the quality of dental services to be competitive and in the near future Quito has taken as reference of dental tourism.

Finally we can say that market leadership is won by customer satisfaction thru quality products and customer service, if this is not present, no publicity, promotion or sale strategy can compensate.

INDICE

1. Tema	1
1.1.Delimitación de tema	1
2. Definición del Problema	1
2.1.Planteamiento del Problema	1
2.2.Pregunta de Investigación	2
2.3.Formulación de hipótesis	2
2.4.Objetivos	2
2.4.1.Objetivo General	2
2.4.2.Objetivos Específicos	2
2.5.Justificación	3
CAPITULO I	4
1.1Turismo	4
1.2Turismo en Ecuador	4
1.3Clases de turismo en el Ecuador	5
1.3.1Turismo cultural	6
1.3.2Turismo de aventura	6
1.3.3Ecoturismo	6
1.3.4Turismo gastronómico	6
1.3.5Turismo médico	6
1.3.6Turismo comunitario	6
1.3.7Turismo de sol y playa	6
1.3.8Turismo arqueológico	7
1.3.9Turismo autóctono	7
1.4Turismo Médico	7
1.4.1Turismo médico nacional	7

1.4.2Turismo médico en el Ecuador	8
1.5Odontología	8
1.6Ramas de la Odontología	9
1.6.1Rehabilitación Oral	9
1.6.2Ortodoncia	9
1.6.3Prostodoncia	9
1.6.3.1 Prótesis Fijas	9
1.6.3.2 Prótesis Removibles	9
1.6.3.3 Prótesis Totales.	9
1.6.4Periodoncia	9
1.6.5Endodoncia	9
1.6.6Odontopediatria	9
1.6.7Cirugía oral	10
1.6.8Implantología	10
1.6.9Estética	10
CAPITULO II	11
2.1.Turismo Médico en América Latina	11
2.2.Turismo odontológico en el Ecuador	17
2.3.Turismo Odontológico en Buenos Aires	20
2.3.1.Protocolo del turismo odontológico en Buenos Aires	23
2.4.Marketing	24
2.5.Estrategias aplicables para marketing	24
2.6.Penetración de mercado	25
2.7.Desarrollo de mercado	25
2.8.Desarrollo de productos	26
2.9.Diversificación del producto	26

2.10.Estrategias sugeridas para marketing	26
2.10.1.Situación del Mercado	27
2.10.2.Situación del Producto	27
2.10.3.Situación Competitiva.	29
2.11.Tácticas para el producto	30
2.12.Tácticas para el precio	30
2.13.Tácticas para la plaza o distribución	30
2.14.Tácticas para la promoción o comunicación	31
Capítulo III	32
3. Análisis comparativo entre Argentina y Ecuador en el mercado de turismo odontológico	32
3.1.CUADRO COMPARATIVO DE TRATAMIENTOS Y COSTOS DURANTE EL 2010	38
3.2.PRECIOS REFERENCIALES 2010 EXPRESADOS EN DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS	39
3.3.TRATAMIENTO DE REHABILITACIÓN CON PUENTE FIJO	40
3.4.TRATAMIENTO DE REHABILITACIÓN CON CORONA MAS PERNO	41
3.5.DISEÑO DE SONRISA CON CARILLAS ANTERIORES	42
3.6.TRATAMIENTO DE RESTAURACIONES CON RESINA	43
3.7.TRATAMIENTO DE REHABILITACIÓN CON IMPLANTE UNITARIO	44
3.8.CUADRO COMPARATIVO ENTRE QUITO Y BUENOS AIRES EN TURISMO CON PRECIOS REFERENCIALES 2010, EXPRESADOS EN DÓLARES EE.UU	45
Conclusiones	46
Recomendaciones	47
Referencias	49
ANEXOS	54

1. Tema

Análisis comparativo entre Argentina y Ecuador en el mercado de turismo odontológico.

1.1. Delimitación de tema

El tema trata el estudio comparativo de los servicios odontológicos ofertados en Quito y Buenos Aires, para determinar la factibilidad de atraer consumidores de 2 países industrializados como Italia y Estados Unidos.

2. Definición del Problema

Teniendo a Ecuador como uno de los países exóticos dentro del turismo mundial y cada vez con más afluencia de turistas procedentes de los países industrializados, es necesario que se oferte más servicios como los odontológicos, ya que Ecuador y principalmente Quito cuenta con tecnología y profesionales capacitadas para brindar este servicio. Tomando como referencia el mercado del turismo odontológico de Buenos Aires analizaremos las ventajas y desventajas que tiene Quito y determinaremos su factibilidad de implementar este negocio.

2.1. Planteamiento del Problema

La tendencia de turistas procedentes de los países industrializados que buscaban un cambio económico que los favorezca para, ya sea disfrutar actividades turísticas o para realizar compras o simplemente negocios, tomaron en cuenta que los servicios profesionales también tenían un bajo costo. En el año 2005 empieza un aumento notable de turistas en Buenos Aires para realizarse tratamientos odontológicos los mismos que estaban respaldados por tener al Argentina entre los países más avanzados en cuanto a implantología y se da a llamar turismo odontológico.

Esta tesis se enfocara en los siguientes temas.

Se investigará qué son los servicios odontológicos y cómo funciona el turismo odontológico.

Se realizará un análisis de los servicios ofertados y tecnología dentro del campo odontológico tanto en Quito como en Buenos Aires.

Se estudiarán los mercados de los países industrializados como E.E.U.U e Italia y se planteará una estrategia de introducción del turismo odontológico en Quito.

2.2. Pregunta de Investigación

¿Es factible posicionar al Ecuador como un país de destino para personas que buscan servicios odontológicos de alta calidad y bajo precio?

2.3. Formulación de hipótesis

Ya que en el Ecuador los servicios odontológicos son de bajo costo y buena calidad, y dado que en los países desarrollados el costo de los servicios dentales son altos, las personas de estos países optaran por escoger al Ecuador como su destino para satisfacer las necesidades de estos servicios.

2.4. Objetivos

2.4.1. Objetivo General

Analizar la factibilidad de ejecutar el negocio del turismo odontológico en el Ecuador tomando como referencia la industria Argentina.

2.4.2. Objetivos Específicos

1. Investigar cómo funciona el turismo odontológico en Argentina
2. Conocer los servicios odontológicos, precios y calidad que se ofrece en Quito.
3. Estudiar cómo Ecuador estaría exportando servicios especializados de turismo odontológico.

4. Estudiar las ventajas y desventajas que tiene Quito frente a Buenos Aires en la prestación de los servicios odontológicos
5. Sugerir estrategias de marketing para manejar el negocio del turismo odontológico en Quito.

2.5. Justificación

Es de gran importancia realizar una investigación que revele las ventajas y desventajas que tiene el Ecuador dentro de este mercado de los servicios odontológicos, tomando como referencia el mercado de Buenos Aires ya que se ha convertido en uno de los atractivos principales hacia las personas que buscan atención odontológica de calidad y bajos costos y combinándolos con el turismo.

Con la ejecución de este proyecto uno de los principales resultados será un incremento del negocio para los odontólogos en el Ecuador.

Se verá un aumento en la afluencia de turistas que además de visitar el país, busquen aprovechar la calidad y los bajos costos de los servicios dentales en el Ecuador lo cual será beneficioso para este sector económico.

CAPITULO I

1.1 Turismo

Se define como turismo según la Organización Mundial de Turismo a "las actividades que realizan las personas durante viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos". (Pérez de las Heras et al., 2004: Pág. 20.)

Según la anterior definición se entiende que al salir fuera del lugar donde una persona vive cotidianamente para realizar actividades como hospedarse, conocer lugares diferentes, tener nuevas experiencias, conocer culturas o simplemente descansar, lo denominaremos turismo.

1.2 Turismo en Ecuador.

Ecuador es un país lleno de contrastes, el más pequeño de los países andinos que cuenta con cuatro regiones, Costa, Andes, Amazonía y Galápagos.

Entre los lugares turísticos principales están: la ciudad colonial de Quito, Cuenca, Riobamba, las playas situadas en las provincias de Esmeraldas y Manabí, los páramos andinos de la región sierra, la selva amazónica y las Islas Galápagos, tomando en cuenta que en cada pueblo, ciudad o región existe una gran variedad de culturas y gastronomía.

Todo esto le da una ventaja competitiva ya que el turista necesita poco tiempo para trasladarse de una región a otra. Cada vez se explotan más los lugares turísticos implementando infraestructura hotelera de calidad, que sea capaz de competir con los demás países potencialmente turísticos sin dejar a un lado la capacitación de las personas para que todo esto en conjunto asegure una satisfacción en el turista.

En enero del 2011, Ecuador registró un crecimiento de arribo de turistas del 9,83 % con relación al año el 2010 (Ministerio de Turismo, 2009).

Los incentivos realizados por autoridades del Ecuador, tal como la devolución del IVA (impuesto al valor agregado) a partir de Enero del 2010 a los extranjeros que soliciten la devolución de facturas iguales o mayores a USD 50,00, aplica para bienes producidos en el país y servicios de alojamiento, el turista llena una solicitud y un sobre de devolución, adjunta las facturas y copia de pasaporte en el sobre y debe depositarlo en un buzón que se encuentra en las salas de pre embarque de los aeropuertos internacionales de Quito y Guayaquil.

Según la agencia estatal Andes la cantidad de turistas que ingresaron en el 2010 al Ecuador son alrededor de 1`044.000,00 personas tomado de los registros de la Dirección Nacional de Migración.

Gracias a estas cifras se puede hacer una comparación y constatar el crecimiento que está experimentando Ecuador en los últimos 3 años, en el año 2009 se registró un ingreso de 235.654 personas en el primer trimestre y un ingreso de 268.425 personas en igual período del 2010, es decir un incremento del 13.91 %, y se prevé un crecimiento del 7% en turismo extranjero durante el 2012 (Ministerio de Turismo, 2010)

La mayor afluencia turística proviene de Estados Unidos y un número considerable de extranjeros provenientes de países sudamericanos como Argentina, Chile, Venezuela, y países del resto del mundo como Alemania, Canadá, Reino Unido, Francia y México.

1.3 Clases de turismo en el Ecuador

En el Ecuador se desarrollan diferentes clases de turismo y no se debe confundir los diferentes tipos que existen y son escogidos según las preferencias de los turistas que ingresan a nuestro país.

Según Carlos Gispert, autor de la Enciclopedia Practica Profesional de Turismo, Hoteles y Restaurantes, define los tipos de turismo de la siguiente manera, (Gispert et al., 2000: 500)

1.3.1 Turismo cultural: Son las actividades culturales que se encuentran en un país o región. Con este turismo se puede conocer la historia, el arte y costumbres de un sitio determinado.

1.3.2 Turismo de aventura: Es el turismo en el cual se buscan actividades recreativas, deportivas, que se necesitan esfuerzos, equipos especiales y estar en contacto directo con el medio ambiente y la naturaleza. Se busca encontrar lugares y experiencias inesperadas.

1.3.3 Ecoturismo: Este turismo se encarga de relevar la belleza natural que existe en una determinada región, busca encontrar panoramas asombrosos, observando la biodiversidad, flora y fauna, con el principal objetivo de preservar el ambiente natural de cada región.

1.3.4 Turismo gastronómico: Como su nombre lo indica, es el turismo que enseña lo mejor de la gastronomía de un sitio determinado, muchas personas viajan por el gusto de disfrutar diferentes sabores que el mundo ofrece.

1.3.5 Turismo médico: El propósito del turismo de salud es el de buscar las diferentes técnicas medicinales, tradicionales o no que permitan a la persona mantener un estado físico favorable. Este turismo ofrece una variedad de spas, balnearios y aguas termales naturales, que tienen propiedades medicinales y proporcionan un relajamiento al turista.

1.3.6 Turismo comunitario: La FEPTCE (federación plurinacional de Turismo Comunitarios del Ecuador) conceptualiza al turismo comunitario como "la relación existente entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural, en el contexto de viajes organizados con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales y la valoración de su patrimonio, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos para la distribución equitativa de los beneficios generados". (Ruiz et al., 2007: Pág. 82.)

1.3.7 Turismo de sol y playa: Es el turismo que se realiza en localidades costeras, donde existen playas y el clima es cálido y soleado. Su objetivo es el

de ocio y relajamiento combinado con actividades de esparcimiento como el surf, buceo, windsurf, observación de fauna silvestre, pesca deportiva, deportes acuáticos y el disfrutar del mar.

1.3.8 Turismo arqueológico: Es aquel que se realiza en lugares históricos o lugares considerados patrimonios de la humanidad, este tipo de turismo siempre se debe realizar acompañado de un guía ya que son lugares que guardan mucha historia e información y el atractivo de estos lugares es que las personas sepan el porque es un lugar histórico o considerado patrimonio.

1.3.9 Turismo autóctono: Es aquel que se realiza en lugares rurales para conocer la forma de vida de los lugareños, su forma de trabajo y la comida típica del sector, combinando todo esto con la aventura que el turista experimente de esta forma de vida.

1.4 Turismo Médico

Es el encargado de brindar solución a dolencias físicas y malestares, buscando una reducción de costos pero manteniendo la misma calidad de servicios con especialistas médicos adecuados en diferentes países. Entre los principales servicios que buscan los turistas están; las cirugías cardiacas, cirugías cosméticas, cirugías dentales, implantes protésicos como de rodillas y cadera.

El turismo médico se define como la actividad que realiza una persona que vive en un país y viaja a otro para recibir atención médica, odontológica y quirúrgica, recibiendo igual o mayor cuidado que el que tendrían en su propio país, o simplemente en busca de atención médica asequible.

1.4.1 Turismo médico nacional

Se define como la actividad que realizan las personas que viven en un mismo país y realizan un viaje a otra ciudad, región o estado para recibir atención médica, odontológica y quirúrgica, en busca de mejor tecnología y servicio.

1.4.2 Turismo médico en el Ecuador

Ecuador tiene profesionales médicos que han sido formados en el exterior o en las universidades de post grado en Ecuador que están a nivel de las mejores del mundo, la diferencia de costos con las grandes potencias mundiales hacen que los tratamientos médicos en nuestro país sean más accesibles y siendo un país con mucha biodiversidad encontramos una amplia gama de atractivos turísticos, es así que los turistas pueden recibir un excelente servicio médico combinado con un viaje de placer.

El principal servicio médico que promociona Ecuador es la cirugía plástica, y los principales procedimientos que estos realizan son: liposucción, abdominoplastia, blefaroplastia (párpados), aumento o reducción de senos, otoplastia (orejas), rinoplastia (nariz), estiramiento facial, aplicación de botox, ginecomastia y glúteos. (Sociedad Ecuatoriana de Cirugía Plástica Reconstructiva y Estética, 2011)

Los servicios reproductivos no son muy conocidos y promocionados en el Ecuador pero la diferencia de costos es notable en España el precio de un tratamiento está alrededor de los 10.000 dólares, en Estados Unidos la suma se eleva hasta los 30.000 ó 40.000 dólares. En Ecuador hay laboratorios dedicados a realizar embarazos asistidos, y el costo de los tratamientos bordea los 5.000 dólares". (Diario Hoy, 2010).

No se reportan otros tratamientos que ofrece el turismo médico en el Ecuador.

1.5 Odontología

La odontología esta dentro de la ciencia de la medicina que se encarga del estudio, prevención, diagnóstico y tratamiento de alteraciones bucales que incluyen dientes, lengua, encías, paladar y el funcionamiento de las articulaciones temporomandibular.

1.6 Ramas de la Odontología.

Para el correcto entendimiento de esta tesis es importante familiarizarse con algunos conceptos comúnmente usados. Según Barrancos M., define las diferentes ramas de la odontología de la siguiente manera:

1.6.1 Rehabilitación Oral: Es la rama de la odontología encargada de devolver la estética, función y armonía de las prótesis dentales, mediante una rehabilitación para la adaptación de las estructuras estomatognáticas.

1.6.2 Ortodoncia: Es la ciencia que estudia la prevención, el diagnóstico y tratamiento de la mala posición dentaria y las estructuras dentomaxilares, devolviendo la armonía oclusal y la estética dental.

1.6.3 Prostodoncia: Es la rama de la odontología cuyo objetivo es devolver la función, anatomía, fonación, estabilidad masticatoria, la relación oclusal y la estética, mediante prótesis dentales, las cuales se dividen en:

1.6.3.1 Prótesis Fijas: Son la prótesis que van adheridas a un diente tallado o a un implante, recibiendo el nombre de coronas y puentes.

1.6.3.2 Prótesis Removibles: Son las prótesis que se pueden remover de la cavidad bucal, estas pueden ser de estructura metálica o acrílica.

1.6.3.3 Prótesis Totales: Utilizan los pacientes que no tienen ninguna pieza dental, estas prótesis son de acrílico de termo curado.

1.6.4 Periodoncia: Es la especialidad de la Odontología que estudia los tejidos de soporte, esto incluye el periodonto, alveolo, ligamento periodontal y encía.

1.6.5 Endodoncia: Es la rama de la odontología que se encarga de extraer al paquete basculo nervioso, dejando totalmente limpia y desinfectada la cavidad.

1.6.6 Odontopediatría: Es la especialidad encargada de tratar a niños, la diferencia con la odontología habitual es que la odontopediatría trata a piezas

temporales las cuales son más frágiles al momento de recibir una lesión y se las debe tratar de diferente manera que a las piezas permanentes.

1.6.7 Cirugía oral: Es la especialidad de la odontología que se encarga de las patologías bucales y de las estructuras dentomaxilares. Abarca tratamientos como: extracción de piezas dentales o restos apicales incluidos, dientes retenidos, plastia de frenillos, extirpación de quistes maxilares y pequeños tumores, al igual que cirugía prepotésica.

1.6.8 Implantología: Es la especialidad de la odontología que se encarga de la reposición de piezas perdidas mediante la instalación de implantes dentarios.

1.6.9 Estética: Es la rama de la odontología que se encarga de reparar y modelar dientes, por medio de diferentes técnicas con la vinculación de porcelana, implantes, blanqueamientos y cirugías estéticas de encías. Proporcionando un diseño de sonrisa acorde a cada paciente.

CAPITULO II

2.1. Turismo Médico en América Latina.

A continuación se presenta un resumen de un informe académico publicado por “América Economía News Service”, titulado “La reforma de la salud de EE.UU. podría acelerar aun más la tercerización de la atención médica, beneficiando el turismo de salud en América Latina”.

Las reformas en la salud de Estados Unidos podría acelerar aun más la tercerización de la atención médica, todo esto a punta que el principal beneficiado es el turismo de salud en América Latina. (América Economía News Service, 2011)

A mayores costos en la atención médica de Estados Unidos, mayores son los incentivos para que los ciudadanos estadounidenses decidan viajar al exterior, un fenómeno que incluso antes de la reforma ya venía creciendo a un ritmo de 35% al año.

Según las últimas estimaciones, CEO de la Asociación de Turismo Médico de Estados Unidos, 1,6 millón de estadounidenses viajarán fuera del país para recibir atención médica en 2012, algo menos del doble de los 870.000 pacientes viajeros previstos para este año. Para 2017 gastarán en ello más de US\$ 80.000 millones entre pasajes, estadías y el tratamiento propiamente tal.

América Latina podría capturar entre 40% y 50% de ese monto, debido a la gran cantidad de hispanos que viven en el país y la facilidad con que pueden abordar un avión y atenderse en sus países de origen.

Devon Herrick, investigador sénior del Centro de Estudios, National Center for Policy Analysis, dice que todos estos costos adicionales llevarán, finalmente, a que muchas compañías de seguros y sus pacientes miren con atención el tipo de servicios que pueden ser contratados en el exterior y en América Latina.

Todo esto apunta que las compañías de seguros optarán con el cliente para negociar la posibilidad de realizarse cualquier tratamiento médico en países donde el costo sea mucho menor a cambio que el paciente no tenga que pagar ningún deducible, esto favorece claramente a países como Ecuador y Argentina.

Ecuador espera buena acogida de la diferentes ferias de turismo a realizarse en Latinoamérica, en el 2010 el Ministerio de Turismo de Ecuador, participo en 14 eventos y ferias internacionales y para el 2011 se aspira incrementarlas a 43.

A continuación un resumen de las ferias de turismo a desarrollarse en los diferentes países de América latina, Estados Unidos y Canadá:

Eventos Ecuador

Febrero

Feria Mundial de Ecoturismo: Tena - Napo.→

Marzo

Feria de Turismo Comunitario: Oyacachi – Pichincha.→

Mayo

JUBILADOS 2011: Feria de Turismo para jubilados del Ecuador 2011 – Esta feria será rotativa.→

Agosto

Encuentro de Turismo y Aventura (Brasil, Perú y Ecuador): Loja – Loja.→

Septiembre

FITE: Feria Internacional de Turismo del Ecuador 2011 – Es una→ propuesta del Ministerio de Turismo que esta feria para el 2011 sea rotativa.

Octubre

Feria de la Producción: Guayaquil – Guayas, Organizado por el MCPEC.–

Noviembre

FNTE: Feria Nacional de Turismo del Ecuador 2011 – Noviembre;– Esta feria será rotativa, trabajo interinstitucional AME - MINTUR.

Eventos Latinoamérica

Febrero

ANATO 2011 Asociación Colombiana de Agencias de viajes y turismo – Febrero 23/25 - Bogotá, Colombia.–

Marzo

BRAZTOA Asociación Brasileña de Operadoras de Turismo – Marzo 24/25 - Sao Paulo, Brasil.–

Mayo

FITCUBA / FITALBA Feria Internacional de turismo Cuba/Feria Internacional de Turismo

ALBA– Mayo 02/07 - La Habana, Cuba

Septiembre

TMLA 2011 – Travel Mart Latin América Septiembre 11/13 – Floreanopolis, Brasil.–

OCTUBRE

ABAV Asociación Brasileña de Agentes de Viajes– Octubre por definir - Río de Janeiro, Brasil.–

ADVENTURE WORLD TRAVEL SUMMIT AWTS - Octubre 17/19 – Chiapas,
México→

NOVIEMBRE

FITARGENTINA – Feria Internacional de Turismo Argentina Noviembre 03/04 -
Buenos Aires, Argentina→

VYVA Feria Internacional de Turismo Viajes y Vacaciones– Noviembre 12 –
Santiago, ChileFECHAS→

Eventos USA y Canadá

Febrero

EDUCATIONAL TRAVEL CONFERENCE→

Febrero 16/19 Providence, Rhode Island

THE NEW YORK TIMES TRAVEL SHOW→

Febrero 25/27 New York, New York

Marzo

SEA TRADE CRUISE SHIPPING MIAMI→

Marzo 14/17 Miami, Florida

THE LOS ANGELES TIMES TRAVEL AND ADVENTURE SHOW→

Marzo 19/20 Los Angeles, California

Abril

BIRDFAIR AMERICA→

Abril 1/3 Valley Forge, Pennsylvania

Mayo

RAIN FOREST ALLIANCE ANNUAL GALA→

Mayo 11 New York, New York

WORLD TRAVEL→ & TOURISM COUNCIL: GLOBAL TRAVEL & TOURISM
SUMMIT

Mayo 17/19 Las Vegas, Nevada

Agosto

EXPO COMIDA LATINA→

Agosto 28/30 San Diego, California

Septiembre

LA CUMBRE: THE AMERICAS TRAVEL INDUSTRY SUMMIT→

Septiembre 7/9 Las Vegas, Nevada

AMERICAN SOCIETY OF TRAVEL AGENTS:→

THE TRADE SHOW

Septiembre 11/13 Las Vegas, Nevada

HEALTH→ & RETIREMENT PLANNING SHOW

Septiembre 16/18 Alpharetta, Georgia

THE INTERNATIONAL ECOTOURISM SOCIETY: ECOTOURISM→ &
SUSTAINABLE TOURISM CONFERENCE 2011

Septiembre 19/21 Head Island, South Carolina

OCTUBRE

IMEX AMERICA Incentives and Meetings travel Exhibition America→

Octubre 11/13 Las Vegas, Nevada

Noviembre

DEMA SHOW Diving Exhibition Show→

Noviembre 2/5 Orlando, Florida

Diciembre

UNITED STATES TOUR OPERATORS ASSOCIATION USTOA: ANNUAL
CONFERENCE AND MARKETPLACE→

Diciembre 11/13 Marco Island, Florida

El turismo médico no solo abarca a las personas de otra nacionalidad que viajan a diferentes países para realizarse tratamientos médicos, también están incluidas personas que residen en otros países y retornan a su país de origen con la intención de realizarse tratamientos médicos, es el caso de los emigrantes.

En Ecuador existe un estudio realizado por la FLACSO en el año 2008, en el cual indica los principales países que han emigrado los ecuatorianos en los últimos años como son: España, Estados Unidos, Italia.

Esta tendencia de los destinos de las personas emigrantes se registra en las diferentes encuestas que se han realizado en el país en los últimos años posterior al censo. La encuesta ENEMDU 2007 señala que el 46,9% están en España, el 33,1% en Estados Unidos y el 9,4% en Italia. Solo en estos tres países estaría el 89% de todos los emigrantes Hay mayor presencia de mujeres en Italia, una paridad en España y mayoría de hombres en Estados Unidos. (FLACSO – Ecuador, 2008).

Esto podría explicar que los emigrantes son los primeros potenciales clientes en realizar turismo médico en Ecuador y en cada país de latino América.

2.2. Turismo odontológico en el Ecuador.

Según datos provisionales entregados por la Dirección Nacional de Migración al Ministerio de Turismo, en enero del 2011 llegaron al país un total de 105.541 visitantes, mientras que en igual período, en 2009 la cifra se ubicó en 96.602.

Entre los principales mercados emisores registrados en el mes de enero de 2011 se encuentran, Colombia, Estados Unidos, Perú, España y Alemania.

En lo que respecta al ingreso de divisas por concepto de turismo, en el periodo enero-septiembre del año 2010 el país contabilizó en su balanza de pagos (viajes + transporte de pasajeros aéreos) 583,7 millones de dólares, de los cuales 579,9 millones de dólares corresponden al gasto en compras directas realizadas por los no residentes en el país.

En los siguientes años el Ministerio de Turismo aplicará varias estrategias de difusión, promoción y marketing a escala nacional e internacional, entre ellas la participación en más de 30 ferias y eventos turísticos en mercados de Estados Unidos y Canadá.

El turismo odontológico es un subsector del turismo médico, esto quiere decir que las personas buscan atención odontológica fuera de la región o país de origen.

Las personas pueden viajar por diferentes razones entre las principales están las razones económicas, tecnológica como el láser para tejidos duros y blandos que reduce significativamente el tiempo de recuperación del paciente, seguido de las de calidad, buen trato y el gusto por realizar viajes. (La Hora, 2008)

El turismo dental generalmente se realiza por parte de personas que residen en países de ingresos altos hacia países con economías en desarrollo que permiten aprovechar la diferencia en los costos de los servicios odontológicos.

En el caso de Ecuador, la selva amazónica, las Islas Galápagos y las ciudades coloniales son una de las atracciones que conjuntamente con los servicios

dentales están en crecimiento vertiginoso. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2011)

Difundir estadísticas concretas es difícil según el Ministerio de Turismo, pero los operadores turísticos y funcionarios de las diferentes asociaciones dentales aseguran que se está experimentando un rápido crecimiento en el número de turistas que vienen al país para realizarse tratamientos dentales y algunos conocedores afirman que un 40% de los visitantes extranjeros acuden al dentista mientras se encuentran en el Ecuador. (Ecuador Real Estate News, 2009).

Mientras en Estados Unidos y la Unión Europea se encuentran en una recesión fuerte, se conoce que los precios de los servicios dentales no han variado y son considerablemente elevados con relación a los precios en el Ecuador.

En Guayaquil y Quito que son las principales ciudades del Ecuador, en promedio los precios de los servicios dentales son un 45% menor de los precios de servicios dentales en Estados Unidos. (El Universo, 2009)

Por esa razón estas ciudades están atrayendo más al turismo dental, agregando que los dentistas se están preparando para el crecimiento y las exigencias que están experimentando esta línea de negocio.

Los turistas atendidos en el Ecuador y que regresan a sus países de residencia, son la principal carta de presentación del servicio odontológico que se presta en Ecuador, y dan a conocer la ventaja que existe al momento de realizar turismo y combinarlo con la atención odontológica.

Los odontólogos de Ecuador son cada vez más sofisticados en el área de marketing y en la prestación de servicios profesionales previos a la visita del paciente. Lamentablemente en Quito no se puede obtener un número exacto de dentistas que han realizado un post grado o que han seguido carreras afines al manejo de empresas o marketing, la única entidad pública que maneja esa información es el Ministerio de Salud pero solo dispone únicamente de la

cantidad de dentistas graduados y con licencia para ejercer su profesión. Por otra parte, el Colegio de Odontólogos no posee información.

Varios profesionales ecuatorianos de la odontología están optando por trabajar con agencias de turismo o publicitarias para promover el turismo odontológico y ya se está empezando a diseñar paquetes dirigidos exclusivamente a turistas dentales.

Por ejemplo, Keva Dental es un centro odontológico ecuatoriano, ubicado en el valle de los chillos, fundada en 1995, KEVA Dental es considerado uno de los centros odontológicos más innovadores del país, tomando en cuenta los más altos estándares de calidad en sus tratamientos, infraestructura y tecnología. En el año 2003 se convirtió en la primera clínica dental en Latinoamérica en obtener la Certificación de Calidad ISO 9001-2000.

Han implementado en los últimos años diferentes formas de publicidad y uno de ellos es con el programa de televisión América Vive transmitido en el canal ecuatoriano Ecuavisa da a conocer como la gente realiza turismo odontológico, de igual forma con actores, modelos, cantantes del medio ecuatoriano que se realizan tratamientos a cambio de realizar publicidad.

Otra clínica de referencia es la Clínica Dental Care, que es una de las más reconocidas en Quito y que su principal carta de presentación son los profesionales de muy alto nivel. Dan a conocer que están en constante capacitación sobre procedimientos tecnología y su staff es uno de los más preparados del Ecuador que está a la par con centros odontológicos del mundo.

Otro ejemplo es la clínica Dentalaser que presta servicios desde el año 1986 y que su visión es ser reconocida nacional e internacionalmente, cuenta con tecnología de punta y trabajan con un sistema de gestión de calidad bajo la normativa ISO 9001:2000 y mantienen certificaciones con la empresa SGS, empresa encargada de asesorar sistemas de control de gestión y calidad en Latinoamérica, lo que les garantiza a los pacientes su trabajo.

Todos estos centros odontológicos dan a conocer que cuentan con el conocimiento, tecnología y carisma para atender a los pacientes nacionales y extranjeros.

Entre los equipos que cuentan estas clínicas que hacen que disminuya el tiempo de tratamiento y el tiempo de recuperación del paciente es el Láser, el precio está alrededor de USD 120.000 dependiendo de la marca y su usabilidad. Esto da un valor agregado a la clínica y más confianza al paciente extranjero.

La Organización Iberoamericana de Clínica Dental resalta que además de la motivación económica. Uno de los aspectos más importantes con este crecimiento en el turismo dental es que los odontólogos del Ecuador están haciendo hincapié en la calidad profesional, ya que mucho de los dentistas ecuatorianos están siendo entrenados en las mejores escuelas de odontología del mundo como en Chile, EE.UU, Argentina y Europa.

El Presidente del Colegio de dentistas de Nueva York, sostiene que los pacientes se sienten cómodos con el tratamiento obtenido en el Ecuador ya que la mayoría da a conocer su formación profesional y esto ayuda a saber que el paciente va obtener buena calidad en el servicio dental.(El Universo, 2009)

2.3. Turismo Odontológico en Buenos Aires

En los últimos años Buenos Aires se ha convertido en uno de los destinos favoritos y una de las primeras opciones al momento de elegir un destino para realizarse tratamientos odontológicos, ofreciendo servicios de calidad dirigidos para turistas de todo el mundo.

Buenos Aires ha experimentado cifras record en los últimos años, la cifra recientemente difundida de diez millones de viajeros llegados a esta capital en el curso de 2010 marca un récord que merece destacarse. De esa cantidad de turistas, el 70 por ciento vino del interior del país. El 30 restante se compone de viajeros arribados del extranjero, lo que representa un crecimiento del 29 por ciento con relación a 2009.

Otra cuestión de interés vinculada al tema es conocer cuáles son los países de los que provino la mayor afluencia de turistas del exterior. En ese sentido, Brasil fue el primero (874.747 viajeros), seguido de los Estados Unidos (248.248), Chile (220.447), España (134.566), Italia (99.096) y Uruguay (79.600), principalmente. Por otra parte, los turistas extranjeros gastaron una cifra calculada en 2500 millones de dólares, en tanto que los venidos del interior sumaron mil millones en la misma moneda. Esto confirma una vez más el valor del turismo como "herramienta de reactivación", según la calificó el Ministro de Cultura de la ciudad y Presidente del Ente de Turismo de Buenos Aires, Hernán Lombardi. (La Nación, 2010)

Acorde a ésta tendencia se han desarrollado una serie de actividades antes impensadas para muchos analistas como son los servicios médicos (servicios dentales), ya que desde el 2005 cada vez más extranjeros eligen a la Argentina para realizarse tratamientos dentales, y son varias las razones como la cantidad de Odontólogos con post grados y la infraestructura hotelera y turística lo que ayuda que la Argentina esté calificada entre los países más avanzados del mundo en cuanto a servicios dentales. (Infobae, 2008)

El turismo odontológico forma parte de una las diferentes opciones con las pueden contar aquellas personas que realizan viajes de placer, estudios o negocios.

Uno de los principales factores determinantes en este gran auge del turismo dental es la excelencia de los profesionales con los que cuenta Argentina y principalmente Buenos Aires, gracias a que dispone de tecnología de punta y reduce los tiempos de estadía de los pacientes, todo esto lo da a conocer por medio de internet.

Las modernas técnicas con las que cuenta Argentina y principalmente Buenos Aires y favorecidos por el tipo de cambio hace que los pacientes se interesen en someterse a tratamientos odontológicos, ya que son informados por medio de internet de los tratamientos odontológicos que ofrece Argentina y se dan cuenta que van a pagar menor precio por el mismo tratamiento ya que los

precios de los tratamientos dentales están alrededor de un 50% menos que en los EEUU o Europa. (Infobae, 2008)

FACTORES DE ÉXITO DEL MERCADO DE TURISMO ODONTOLÓGICO EN BUENOS AIRES	
TECNOLOGÍA	Las Clínicas odontológicas en Buenos Aires ofrecen tecnología de punta para disminuir el tiempo de estancia del paciente por el tratamiento odontológico y pueda tener más días para realizar turismo
HOTELERÍA	Argentina es reconocida por sus amplias cadenas hoteleras, en el caso de Buenos Aires capital de Argentina es la ciudad que más turistas recoge al año con un promedio de 10'000.000 de turistas al año, es por eso que su capacidad hotelera es una de las más importantes de Sur América.
ATRACTIVOS	Buenos Aires es una de las ciudades más grandes del mundo que supera los once millones de habitantes, también la más elegante y activa de América del Sur, y la que mejor resume la variada y heterogénea esencia de lo argentino. Existen 132 museos y lugares turísticos donde el visitante puede realizar actividades como visitar lugares tradicionales como los Gauchos, pesca deportiva, turismo rural, aventura y tiempo libre y conocer los barrios tradicionales del tango y fútbol.
TIPO DE CAMBIO PESO-DÓLAR AMERICANO	El tiempo de cambio actual es de 4.65 pesos argentinos equivale a un dólar americano, por esta razón los turistas europeos y estadounidenses experimentan un ahorro.

Elaborado por: David Alejandro Granda Calderón

Fuente: Argentina – Ministerio de Turismo de la Nación, Hoteles Argentina.

Argentina es uno de los países de Latinoamérica que cuentan con un sistema de salud avanzado, como a categorizado La Organización Mundial de la Salud, ya que ha calificado al Argentina como uno de los países de Latino América con más avances en lo que se refiere a salud, lo que brinda confianza y

tranquilidad al momento de elegir a este país como un destino para realizarse tratamientos odontológicos. (Turismo Médico, 2011)

El costo de la vida en Argentina y la relación que existe entre el peso y el dólar es una de las principales razones para que los servicios médicos cuesten mucho menos en Argentina que en los Estados Unidos, lo que hace que cada año personas procedentes de Estados Unidos y países Europeos elijan a este país como destino para realizarse tratamientos médicos en los que están incluidos los servicios dentales.

Argentina aprovechado esta tendencia y los odontólogos han buscando cada día estar actualizados y en algunos de los casos han innovando para brindar un mejor servicio procurando ser versátiles en todos los ámbitos de la odontología, de esta manera ya no es un problema la comunicación ya que cuentan con personas que manejan el idioma inglés, francés y alemán.

La mayoría de pacientes buscan implantes dentales a pesar de ser este el tratamiento más costoso dentro de la odontología por esta razón cada día es más común ver a odontólogos ofreciendo tratamientos más accesibles y menos tiempo de recuperación pero con mejor tecnología y servicios de calidad.

2.3.1. Protocolo del turismo odontológico en Buenos Aires.

1.- Para atender el requerimiento del paciente varias clínicas usan el internet como primer contacto.

2.- El paciente se contacta mediante correo electrónico con la clínica escogida, este es el medio directo de comunicación entre el paciente y la clínica en el turismo odontológico.

3.-Una vez que se contacte el turista (paciente) con la clínica o centro odontológico, se realiza la consulta dependiendo de las necesidades del cliente y se responde cualquier inquietud que pueda tener el cliente.

4.-Si el cliente fue a su dentista en su ciudad de origen y recibió un plan de tratamiento con un costo. Puede enviarlo al dentista de Buenos Aires para su análisis.

5.-Dependiendo de la comunicación se pedirá algunos records o registros que incluyen radiografías, modelos de estudio o registro dental que puedan ser enviados.

6.-Realizado el diagnostico y tipo de tratamiento a realizar, se fija el número de citas necesarias para el procedimiento odontológico y el número de días necesarios de estadía en Buenos Aires.

7.-Una vez fijado las citas y número de días de estadía en Buenos Aires, se puede fijar un paquete turístico, estadía, boletos aéreos y movilización.

8.- El cliente decide si desea adquirir el boleto aéreo en su país o que incluya dentro del paquete ofrecido.

8.- Se envía el cronograma detallado que se ha planificado para el paciente una vez realizado su arribo a Buenos Aires.

9.- El pago del 50% debe ser anticipado para la realización de las diferentes reservas una vez fijada la fecha.

Ejemplo de protocolo:

Anexo No. 1

2.4. Marketing

“Marketing es el proceso de planificar y ejecutar la concepción, el precio, la promoción y la distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales”. (Arellano et al., 2000: 2)

2.5. Estrategias aplicables para marketing.

El plan de marketing es una herramienta de gestión por el cual se determina todas las metodologías, se plantea tiempos para el cumplimiento de los objetivos y lo más importante sus pasos a seguir. Si bien esta tesis no tiene como objeto desarrollar un plan de marketing, si es importante presentar algunas estrategias generales aplicables tanto para odontólogos como para agencias de viajes o bien alianzas entre ellos. Por esta razón veremos a continuación por qué es necesario en este análisis comparativo sugerir estrategias de marketing e introducirlo en la planificación estratégica de una empresa que va realizar turismo odontológico.

A continuación encontraremos varios conceptos de marketing según Arellano R. Y que son importantes para el desarrollo de esta tesis.

2.6. Penetración de mercado.

Esta estrategia trata de vender más productos o servicios al mismo mercado y su objetivo principal es aumentar la participación de la compañía en un mercado determinado por medio de actividades de promoción.

Esta estrategia es recomendable para compañías que no han logrado cubrir el mercado en su totalidad o su gran mayoría con sus productos o servicios, y esta estrategia es aplicable cuando se descubre que nuestro producto o servicio es necesitado en algún lugar y no ha sido cubierta esa necesidad (Arellano et al., 2000: 382)

2.7. Desarrollo de mercado.

Esta estrategia trata de vender productos o servicios a nuevos mercados y su objetivo principal es encontrar otros nichos o segmentos de mercado que necesiten un producto o servicio sin dejar de vender a los actuales consumidores.

Esta estrategia es recomendable a compañías que ven que su producto o servicio ha dejado de crecer considerablemente.

2.8.Desarrollo de productos.

Esta estrategia trata sobre la investigación y desarrollo aprovechando la experiencia de la marca y ofrecer nuevos productos al mismo mercado.

Esta estrategia es recomendable a empresas que ya han logrado alcanzar un prestigio en el mercado o segmento dirigido.

2.9.Diversificación del producto.

Esta estrategia se la podría categorizar como la más arriesgada ya que consiste en lanzar nuevos productos a nuevos mercados, es tan arriesgada como empezar un nuevo negocio.

Lo que busca esta estrategia es un crecimiento a largo plazo y un mayor reconocimiento de la marca, pero siempre están dependientes de las condiciones de mercado.

Al momento que se detecta una oportunidad de ofrecer algún producto nuevo a un mercado nuevo es recomendable esta estrategia.

Todas estas estrategias deben ser escogidas y aplicadas según la meta que se desea alcanzar y definiendo el posicionamiento que se intenta conseguir en la mente de los clientes meta.

2.10. Estrategias sugeridas para marketing.

El oferente del servicio del turismo odontológico es aquel profesional que pone a disposición de personas nacionales o extranjeras los servicios de tratamiento odontológicos preventivos o curativos combinados con una oferta para realizar turismo.

Como cualquier tipo de negocio este tiene objetivos financieros, crecimiento y mejora de producto. Mantener el nivel de ventas de un periodo pasado o incrementar en un porcentaje determinado.

Se espera que con el desarrollo de un plan de marketing alineado a los objetivos que sean planteados, se pueda lograr un mismo nivel o incremento de ventas a través de una mejora de precios, servicios y publicidad, todo esto previamente establecido el presupuesto requerido para la aplicación de un plan.

2.10.1. Situación del Mercado.

Pese a varias solicitudes Tanto en el MINTUR (Ministerio de Turismo), Ministerio de Salud como Colegio de Odontólogos de Pichincha no ha sido posible obtener cifras exactas sobre el mercado de turismo odontológico.

MINTUR maneja cifras globales al igual que migración y no detallan por tipo de turismo. Se espera es que las ventas y la afluencia de pacientes (turistas) aumenten considerablemente por el comportamiento de los mercados extranjeros.

Los principales clientes son personas que requieren atención odontológica confiable y a su vez están interesadas en realizar turismo con servicios calidad aunque no quieren que su inversión sea mayor o igual a la que tienen que pagar en su lugar de residencia.

2.10.2. Situación del Producto.

El servicio del turismo odontológico en Quito no está desarrollado, existen oferentes que brindan este servicio en sus páginas Web, como Global Dental y Alianza Dental en las cuales se detalla este servicio pero no tienen un departamento o una persona encargada que entregue información clara y objetiva de este servicio.

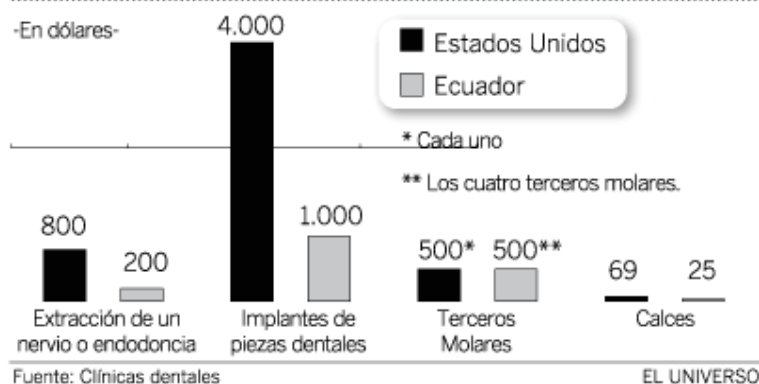
Las consultas realizadas en diferentes instituciones como el Colegio de Odontólogos de Quito y centros odontológicos, nos dan a conocer los precios de los servicios odontológicos y turísticos los mismo que son considerablemente bajos en comparación con países como Estados Unidos y los de la Unión Europea.

COLEGIO ODONTOLÓGICO DE PICHINCHA	
TRATAMIENTO	VALOR USD
RAYOS RX PERIA PICAL	7,00
PROFILAXIS MANUAL	22,00
PROFILAXIS ULTRASONIDO	33,00
CARILLA RESINA	55,00
BLANQUEAMIENTO CON CUBETAS	165,00
BLANQUEAMIENTO CON LÁSER	275,00
CORONA ACRÍLICA TEMPORAL	55,00
CORONA METAL PORCELANA	198,00
CORONA ENTERA METÁLICA	110,00
CORONA ENTERA PORCELANA	275,00
CARILLAS SOLO PORCELANA	220,00
EXTRACCIONES SIMPLES	13,50
ENDODONCIA EN ANTERIORES	66,00
ENDODONCIA EN PREMOLARES	99,00
ENDODONCIA EN MOLARES	165,00
ORTODONCIA CORRECTIVA METÁLICOS	1100,00
ORTODONCIA CORRECTIVA CERÁMICOS	1650,00

Elaborado por: David Alejandro Granda Calderón

Fuente: Colegio odontológico de Pichincha.

Comparación de cifras



Elaborado por: EL UNIVERSO

Fuente: Clínicas dentales.

No se tiene información de márgenes de contribución y beneficios netos de este sector del turismo odontológico ya que los organismos encargados manejan cifras globales, sin embargo hay estimaciones de índole privado que alientan a pensar que va en aumento, por lo que no se puede partir desde estos puntos para la elaboración de un plan de marketing.

2.10.3. Situación Competitiva.

Los principales competidores de Ecuador en el mercado del turismo odontológico son Argentina como el principal oferente de este servicio en Sur América, seguido de Brasil, Colombia, Chile y Perú.

Cada uno de estos países han enfocado sus esfuerzos en atraer mercados emisores como Estados Unidos y países de la Unión Europea principalmente Reino Unido, realizando ferias internacionales y publicando información en la página WEB de la Federación Internacional de Turismo Médico, como es el caso de Argentina Y Colombia.

Con lo expuesto anteriormente, a continuación se presentan algunas tácticas comunes utilizadas en marketing para un producto o servicio.

2.11. Tácticas para el producto.

Dentro de los paquetes ofrecidos de turismo odontológico, incluir solo hoteles 5 estrellas ya que ofrecen un servicio de excelencia pero a un costo considerablemente bajo.

Crear alianzas con otros oferentes que se encuentren dentro de la línea de turismo medico.

Entregar una garantía más extensa de los servicios ofrecidos, que la competencia que normalmente es un año.

Contactar aseguradoras del exterior que ofrezcan seguros dentales.

Incluir facilidades de pago para el cliente como: pago con tarjeta de crédito con la opción de diferir sin intereses y descuento si el pago es de contado.

Entregar una asesoría completa gratis para el tratamiento de cada paciente.

2.12. Tácticas para el precio.

Crear paquete con precios más bajos con la finalidad de lograr una rápida acogida y penetración a los mercados que se va dirigir.

Ofrecer paquetes muy similares a los de la competencia pero con precios mucho más bajos con la finalidad de atraer mayor clientela.

Lograr alianzas con oferentes que estén dentro de la línea del turismo odontológico como: hoteles y mayoristas de turismo para lograr reducción en el costo del paquete.

2.13. Tácticas para la plaza o distribución

Crear una página Web y posesionarla en los buscadores.

Contar con consultorios propios para disminuir costos del servicio dental.

Contar con consultorios de última generación tecnológica.

Implementar el servicio de movilización del paciente desde el aeropuerto, hotel y consultorio dental, con un vehículo amplio y que brinde seguridad al cliente.

Ubicar puntos de información en ferias internacionales de turismo en Estados Unidos como: New York Times Travel Show ubicada en Nueva York.

Crear alianzas con federaciones de turismo médico Latinoamericana y nacional para lograr mayor cobertura del servicio de turismo odontológico, como: Medical Tourism Association, Sociedad Ecuatoriana de Cirugía Plástica Reconstructiva y Estética y en Ferias y Eventos Internacionales publicadas en el Ministerio de Turismo del Ecuador, Sitio turístico oficial de Quito - Empresa Pública Metropolitana Quito Turismo www.quito.com.ec, Sitio Oficial de Quito Turismo - Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico www.quito-turismo.gob.ec.

2.14. Tácticas para la promoción o comunicación.

Crear ofertas del segundo a mitad de precio o 2 x 1 para incentivar que el cliente venga acompañado y sean más las personas que den a conocer el servicio ofrecido una vez que hayan sido bien controlado los costos y tratamientos.

Ofrecer cupones de descuento en revistas de aerolíneas.

Ofrecer regalos por la adquisición de determinados paquetes.

Descuentos por temporada y por número de personas.

Creación y envío de boletines electrónicos con frecuencia de 2 veces al año con promociones a los clientes que ya fueron atendidos y a clientes referidos.

Anuncios en revistas médicas de los países que se desea ofrecer el servicio.

Registrarse en las diferentes redes sociales.

Crear alianzas con otras páginas que estén dentro de la línea de negocio.

Capítulo III

3. Análisis comparativo entre Argentina y Ecuador en el mercado de turismo odontológico.

El siguiente capítulo resume en cuadros comparativos de los tratamientos odontológicos más comunes, los precios de cada tratamiento han sido tomados del Colegio Odontológico de Pichincha y de las diferentes clínicas tanto en Buenos Aires, Quito y Estados Unidos las mismas que son detalladas a continuación:

Buenos Aires.

Clínica Las Condes Odontología Privada

Dr. Adrián Mainieri

Titular de Las Condes

Lascondes.odontologiaprivada@gmail.com

Buenos Aires – Argentina

Clínica de Estética e implantología Odontológica.

Dr. Tomas Sigla

Valle 7 y 45

TEL. 0221-422-9079

www.dentalesthetic.com.ar

Buenos Aires – Argentina

Dental Advance Clínica Estética Odontológica.

Dr. Augusto Julián Aimone

Av. Santa Fé 1907

www.dentaladvance.com.ar

Buenos Aires – Argentina

Oral Health Consultorio Odontológico.

Santa Fe 1845

www.oralhealth.com.ar

Buenos Aires – Argentina

Dental Clini Arg Odontología.

Dr. Horacio Rodriguez

Av. Independencia 3270

info@dentalclinicarg.com

Buenos Aires – Argentina

Quito.

Alianza Dental

Dr. Fernando Arellano

Inglaterra E3-57 y Av. República

www.alianzadental.com

Quito - Ecuador

Colegio Odontológico de Pichincha

Iñaquito N35-85 y Juan Pablo Sanz

Teléfono: 022-469- 188

Quito - Ecuador

Dra. Giovanna Calderón Gallegos C.O.P. 770

Especialista en Rehabilitación Oral. Escuela de Odontología. Torino - Italia

Av. Los Shyris y Republica del Salvador

Teléfono: 099660944

Quito - Ecuador

Dr. Edison Soto C.O.P. 1180

Odontólogo

Teléfono: 022342196

Quito - Ecuador

Dental Perfect

Odontóloga Andrea Maribel Padilla Altamirano

Libro B, Folio 57, No 170

Solom Bartolomé OE 496 y Jose Alemán

Teléfono: 022681364

Quito - Ecuador

Dra. Ximena de Lourdes Heredia Villacreces C.O.P. 1764

Odontóloga

Teléfono: 098220022

Quito – Ecuador

Keva Dental Center

Geovany Farina #293 e Ilaló

www.kevadental.com/keva/

Teléfono: 022862600

Quito - Ecuador

Dentalaser

Shyris 1900 y El Zuriago

<http://www.dentalaser.com.ec/espanol.html>

Teléfono: 022273270

Quito - Ecuador

Dental Care

Alemania E45-55 y República

<http://dental-care.ec>

Teléfono: 022528282

Quito-Ecuador

Estados Unidos**Odontóloga Paulina Alexandra Soto Jácome**

Libro 12, Folio 148, No 442

1700 Tam Hoshanter Rd. Apt. 2i

Seal Beach, CA. 90740

Fono: 0015625379959

Los Ángeles – California – Estados Unidos

Los Alamitos Dental Care

3551 Farquhar Avenue, Suite 102

Los Alamitos

fono: 562 598 4111

Doctores: Gary D. Prins, John B. Wallace, Mivhael E. Zell

California Dental Group

11741 Valley View St., Ste. E

Cypress, CA 90630

fono: 714 826 3000

Doctor: Jason Morgan

Doctor Gilbert S. Unatin

Dirección: 1900-A St. Andrews Dr.

Seal Beach, CA 90740

Fono: 562 430 1054

Mini Implant

Dirección: 140 S. Fairmont Blv.

Anaheim Hills, CA 92807

Fono: 714 974 0054

Doctor: Ivan Teran

CUADRO FODA DE ODONTOLOGÍA EN QUITO

	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	<ul style="list-style-type: none"> > Consta con clínicas con tecnología de Punta > Precios de los tratamientos más baratos > Clínicas con certificaciones internacionales en gestión de calidad 	<ul style="list-style-type: none"> > No es conocido Quito como destino para turismo odontológico. > Infraestructura de clínicas odontológicas modernas es reducida > La tecnología de punta está disponible pocas clínicas del Quito
	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externo	<ul style="list-style-type: none"> > El ministerio de Turismo del Ecuador está aumentando sus esfuerzos para publicitar a Ecuador > Aumento considerable en el número de ferias internacionales de turismo en las que Ecuador participa. > Aumento del número de becas para profesionales en ramas de la medicina para que se especialicen en el exterior 	<ul style="list-style-type: none"> > Profesionales egresados de odontólogos no tienen la capacidad financiera para realizar post grados. >Aumento de precios en maquinaria de última generación. >Capacitación para el manejo de nueva maquinaria se realiza solo en el exterior.

Elaborado por: David Alejandro Granda Calderón

3.1. CUADRO COMPARATIVO DE TRATAMIENTOS Y COSTOS DURANTE EL 2010

COSTOS TRATAMIENTOS	COLEGIO ODONT.	QUITO USD	BUENOS AIRES USD	EE.UU. USD
Corona de cerámica pura	275.00	373,36	1200	3100
Carillas anteriores en porcelana	220	248,49	1000	1900
Corona mas perno	341	472,01	1800	3350
Restauración	33	56,19	200	350
Endodoncia	110	186,05	400	800
Implante unitario mas corona	541	1631,46	2700	6100
Blanqueamiento dental	165	186,05	700	850
Profilaxis	22	38,46	40	300
Radiografía periapical	8	12,17	35	60
TOTAL	1440	3204.24	8075	16810

Elaborado por: David Alejandro Granda Calderón

Fuente: Colegio de Odontólogos de Pichincha, Promedio clínicas de Quito, Promedio Clínicas de Buenos Aires, Promedio Clínicas en Estados Unidos

Análisis

Este cuadro resume los procedimientos necesarios y complementarios para elaborar un implante, el valor del tratamiento de Quito representa el 19% en comparación con Estados Unidos y el 39.68% con Buenos Aires, podemos ver que existe una amplia ventaja en costos favorable a Quito.

3.2.PRECIOS REFERENCIALES 2010 EXPRESADOS EN DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS.

TRATAMIENTO	COLEGIO ODONT.	QUITO USD	BUENOS AIRES USD	EE.UU. USD
Profilaxis	22	38,46	40	300
Corona de cerámica pura	275	373,36	1200	3100
Blanqueamiento dental	165	186,05	700	850
TOTAL	465	597,87	1940	4250

Elaborado por: David Alejandro Granda Calderón

Fuente: Colegio de Odontólogos de Pichincha, Promedio clínicas de Quito, Promedio Clínicas de Buenos Aires, Promedio Clínicas en Estados Unidos

Análisis

Este cuadro resume los procedimientos necesarios para la reconstrucción estética de una pieza dentaria y cambiar su color para proporcionar una excelente función masticadora y estética. La relación en costo por este tratamiento es notablemente favorable a Quito, utilizando la misma tecnología y recursos.

3.3. TRATAMIENTO DE REHABILITACIÓN CON PUENTE FIJO

TRATAMIENTO	COLEGIO ODONT.	QUITO USD	BUENOS AIRES USD	EE.UU. USD
Profilaxis	22	38,46	40	300
Corona de cerámica pura pieza 26	275	373,36	1200	3100
Corona de cerámica pura pieza 25	275	373,36	1200	3100
Corona de cerámica pura pieza 24	275	373,36	1200	3100
Blanqueamiento dental	165	186,05	700	850
TOTAL	1012	1344,59	4340	10450

Elaborado por: David Alejandro Granda Calderón

Fuente: Colegio de Odontólogos de Pichincha, Promedio clínicas de Quito, Promedio Clínicas de Buenos Aires, Promedio Clínicas en Estados Unidos

Análisis

Este cuadro resume los procedimientos necesarios para la elaboración de un puente fijo en el cual notamos claramente la diferencia en los precios entre Quito, Buenos Aires y Estados Unidos en el cual Quito tiene una ventaja significativa por tener el precio más bajo.

3.4. TRATAMIENTO DE REHABILITACIÓN CON CORONA MAS PERNO

TRATAMIENTO	COLEGIO ODONT.	QUITO USD	BUENOS AIRES USD	EE.UU. USD
Profilaxis	22	38,46	40	300
Radiografía periapical	8	8,17	35	60
Endodoncia	110	186,05	400	800
Corona mas perno	341	472,01	1800	3350
Blanqueamiento dental	165	186,05	700	850
TOTAL	646	890,57	2975	5360

Elaborado por: David Alejandro Granda Calderón

Fuente: Colegio de Odontólogos de Pichincha, Promedio clínicas de Quito, Promedio Clínicas de Buenos Aires, Promedio Clínicas en Estados Unidos

3.5.DISEÑO DE SONRISA CON CARILLAS ANTERIORES

TRATAMIENTO	COLEGIO ODONT.	QUITO USD	BUENOS AIRES USD	EE.UU. USD
Profilaxis	22	38,46	40	300
Carillas anteriores en porcelana para pieza 11	220	248,49	1000	1900
Carillas anteriores en porcelana para pieza 21	220	248,49	1000	1900
Carillas anteriores en porcelana para pieza 12	220	248,49	1000	1900
Carillas anteriores en porcelana para pieza 22	220	248,49	1000	1900
Carillas anteriores en porcelana para pieza 13	220	248,49	1000	1900
Carillas anteriores en porcelana para pieza 23	220	248,49	1000	1900
TOTAL	1342	1529,4	6040	11700

Elaborado por: David Alejandro Granda Calderón

Fuente: Colegio de Odontólogos de Pichincha, Promedio clínicas de Quito,
Promedio Clínicas de Buenos Aires, Promedio Clínicas en Estados Unidos

3.6. TRATAMIENTO DE RESTAURACIONES CON RESINA

TRATAMIENTO	COLEGIO ODONT.	QUITO USD	BUENOS AIRES USD	EE.UU. USD
Profilaxis	22	38,46	40	300
Restauración pieza 46	33	56,19	200	350
Restauración pieza 47	33	56,19	200	350
Restauración pieza 36	33	56,19	200	350
Blanqueamiento dental	165	186,05	700	850
TOTAL	286	393,08	1340	2200

Elaborado por: David Alejandro Granda Calderón

Fuente: Colegio de Odontólogos de Pichincha, Promedio clínicas de Quito, Promedio Clínicas de Buenos Aires, Promedio Clínicas en Estados Unidos

3.7. TRATAMIENTO DE REHABILITACIÓN CON IMPLANTE UNITARIO

TRATAMIENTO	COLEGIO ODONT.	QUITO USD	BUENOS AIRES USD	EE.UU. USD
Profilaxis	22	38,46	40	300
Radiografía periapical	8	8,17	35	60
Implante unitario	541	1049,13	1500	3000
Corona de implante	275	582,33	1200	3100
Blanqueamiento dental	165	186,05	700	850
TOTAL	1011	1864,14	3475	7310

Elaborado por: David Alejandro Granda Calderón

Fuente: Colegio de Odontólogos de Pichincha, Promedio clínicas de Quito, Promedio Clínicas de Buenos Aires, Promedio Clínicas en Estados Unidos

3.8.CUADRO COMPARATIVO ENTRE QUITO Y BUENOS AIRES EN TURISMO CON PRECIOS REFERENCIALES 2010, EXPRESADOS EN DÓLARES EE.UU.

QUITO	PRECIO	BUENOS AIRES	PRECIO
Tour Quito – Centro histórico y museos, 4hora y media	24	Tour por Buenos Aires, 3 horas y media	25
Hospedaje Quito por día hotel 3 estrellas	45	Hospedaje por día Buenos Aires 3 estrellas	250
Laguna de Quilotoa todo incluido	45	Bariloche hospedaje	150
		Boleto aéreo	369
Galápagos pasaje	345	Cataratas de Iguazú pasaje	375
Hospedaje Galápagos por día	100	Hospedaje Cataratas de Iguazú por día	230

Elaborado por: David Alejandro Granda Calderón

Fuente: Colegio de Odontólogos de Pichincha, Promedio clínicas de Quito, Promedio Clínicas de Buenos Aires, Promedio Clínicas en Estados Unidos

Análisis

En este cuadro podemos observar que los costos hoteleros en Ecuador son menos que los costos hoteleros en Argentina, de igual manera el costo de los boletos aéreos desde cualquier parte de Estados Unidos hacia Quito es en promedio un 35% menor que desde cualquier parte de Estados Unidos hacia Buenos Aires.

Conclusiones

1. Se analizó la factibilidad de ejecutar el negocio del turismo odontológico en Quito tomando como referencia la industria en Buenos Aires. Por lo que concluimos que Ecuador, específicamente Quito, cuenta con servicios y tecnología competitiva para poder convertirse en uno de los países referentes en la industria del turismo odontológico. Sin embargo falta un desarrollo de las herramientas tecnológicas como Internet para brindar un mejor servicio al cliente.
2. Se investigó que odontólogos y agencias de viaje argentitas en Buenos Aires utilizan Internet como medio de comunicación para difundir sus servicios referentes al turismo odontológico, siendo la principal fuente de comunicación el correo electrónico y las redes sociales, brindando así toda la información que los pacientes requieren.
3. Se realizó un estudio de los servicios y precios que ofrece Quito y se comparo con Buenos Aires y Estados Unidos, concluyendo que Quito tiene ventaja comparativa ya que ofrece los mismos servicios pero con precios más accesibles.
4. Se concluyó que Buenos Aires tiene vasta experiencia en el turismo odontológico, por lo que las clínicas responden ágilmente a los requerimientos e inquietudes que tiene un paciente que se contacta con cualquier clínica, provocando una desventaja para clínicas del Ecuador ya que estas no brindan información por medio del internet y dificulta que los pacientes extranjeros puedan contactarse con las mismas.
5. En base al estudio realizado podemos concluir que la gente busca los servicios odontológicos de calidad y a bajo precio, brindando una ventaja a Ecuador para promocionar este servicio y aplicar las estrategias sugeridas para marketing.

6. Se investigó que en Estados Unidos las compañías aseguradoras están buscando pagar menos al momento de cubrir los gastos médicos de sus clientes, es por eso que están optando por contratar servicios médicos en países donde el costo del mismo tratamiento sea considerablemente menor que el costo de Estados Unidos. Esta es una buena oportunidad para ofrecer servicios odontológicos a estas aseguradoras para aumentar la demanda de pacientes que puedan viajar al Ecuador.

Recomendaciones

1. Las clínicas de Quito que poseen en su página web el servicio de turismo odontológico, deberían prestar mejor atención a las inquietudes que los pacientes realizan, de esa forma el Ecuador empezaría a atraer pacientes y fomentar el interés de los extranjeros para visitar el país y recibir atención odontológica.

2. Con la existencia de asociaciones de turismo odontológico, los Odontólogos en el Ecuador deberían optar por la afiliación y promoción de los servicios que se ofrece en el Ecuador para incrementar la afluencia de pacientes que buscan estos servicios.

3. Quito tiene un buen potencial en el servicio odontológico, los profesionales de esta área deberían buscar instruirse en cuanto a mercadeo se refiere, para ofrecer sus servicios a los turistas y ampliar su mercado.

4. Según estudios se ha previsto que para el 2017 Estados Unidos gastará 80 mil millones de dólares en cuanto a pasajes, estadía y tratamientos médicos, es por eso que Ecuador debería buscar ampliar su mercado para incrementar el flujo de extranjeros que visiten el país y hacer del turismo odontológico una de las principales industrias del país y se debería incluir dentro de las ferias internacionales que realiza el Ministerio de Turismo.

5. Al momento de investigar oferentes del turismo odontológico en Ecuador podemos darnos cuenta que existe solo publicidad de profesionales odontólogos. Se debería tratar de formar asociaciones de odontólogos que

brinden este servicio del turismo odontológico para que la oferta cada vez sea mayor.

Referencias

América Economía News Service (2011): LA REFORMA DE LA SALUD DE EE.UU. PODRIA ACELERAR AUN MAS LA TERCERIZACION DE LA ATENCION MEDICA, BENEFICIANDO EL TURISMO DE SALUD EN AMERICA LATINA.

URL: http://find.galegroup.com/gps/infomark.do?&contentSet=IAC-Documents&type=retrieve&tabID=T003&prodId=IPS&docId=A238477679&source=gale&srcprod=IFME&userGroupName=uame_cons&version=1.0. Descargado 20/02/2011

Arellano, R. (2000). Marketing Enfoque América Latina. McGraw-Hill México D.F., México.

Barrancos, M. (1999). Operatoria Dental. Editorial Médica Panamericana Buenos Aires, Argentina.

Bases de datos GALE CENGAGE LEARNING (2010). Reforma de la salud en Estados Unidos URL:

http://find.galegroup.com/gps/infomark.do?action=interpret&contentSet=IAC-Documents&type=retrieve&tabID=T003&docId=A238477679&prodId=IPS&source=gale&srcprod=IFME&version=1.0&userGroupName=uame_cons&finalAuth=trae. Descargado 19/01/2011

Canaldental (2007): Argentina es líder mundial en turismo odontológico. URL:

<http://www.drimplantesdentales.com.ar/n-185-argentina-turismo-odontologico.htm>. Descargado 12/06/2012.

Ecuador Real Estate News (2009): Turismo dental está en auge en el Ecuador, como los extranjeros descubren que pueden pagar por unas vacaciones de ahorros en la oficina del dentista URL:

<http://translate.google.com/translate?hl=es&langpair=en|es&rurl=translate.google.com.ec&u=http://www.ecuadorrealestatenews.com/post/2009/07/13/Dental-tourism-is-booming-in-Ecuador-as-foreigners-find-they-can-pay-for-a-vacation-from-savings-at-the-dentist-office.aspx>.

Descargado 06/01/2011

El Universo (2009): Tarifa puede ser hasta 3 veces menor. URL:

<http://www.eluniverso.com/2009/07/12/1/1356/C33D13D7499149E2A26918B02E4FA0C8.html>. Descargado 12/06/2012.

El Universo (2011): Ecuador prevé crecimiento del 7% en turismo extranjero durante 2012. URL:

<http://www.eluniverso.com/2012/01/02/1/1356/ecuador-preve-crecimiento-7-turismo-extranjero-durante-2012.html>.

Descargado 04/06/2012.

El Universo (2009): Costos de servicios de salud oral atraen a clientes externos. URL:

<http://www.eluniverso.com/2009/07/12/1/1356/83533807315347F4A6AF0C4AE3FEA376.html>. Descargado 12/06/2012.

Euler, H. (1951). Tratado de Odontología. Elzeviriana y Librería Cami, S.A

Barcelona, España.

Eastbaydentist (2012). Cost of Dental Implants. URL:

<http://www.eastbaydentist.com/pages/CostofImplants.html>.

Descargado 02/14/2012.

Fabara, H. (1983). Prótesis Parcial Removible. Departamento Gráfico del Banco Central del Ecuador. Quito, Ecuador.

Global Dental S.A. (2002). Tratamientos odontológicos:
<http://www.global-dental.net/turismo.html>. Descargado 20/02/11

Gutiérrez, A. (2001): Métodos de Investigación. Didáctica A.G.

Quito, Ecuador.

Implantes Dentales (2012): Argentina es líder mundial en turismo odontológico.
[URL:http://www.drimplantesdentales.com.ar/n-185-argentina-turismo-odontologico.htm](http://www.drimplantesdentales.com.ar/n-185-argentina-turismo-odontologico.htm). Descargado 12/06/2012.

InfoBae.com (2008): Crece en la Argentina el turismo odontológico. URL:

<http://www.infobae.com/contenidos/388248-100937-0-Crece-la-Argentina-el-turismo-odontol%C3%B3gico>. Descargado 12/06/2012.

Isselhard, B. (1999). Anatomía de las Estructuras Oro Faciales. Harcourt Brace S.A. Madrid, España.

La Hora (2008): Los últimos avances tecnológicos. URL:
http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/780958/-1/Los_%C3%BAltimos_avances_tecnol%C3%B3gicos.html. Descargado 11/01/2011

Ministerio de Turismo del Ecuador (2011): Turismo receptivo en Ecuador inicia el año con un crecimiento del 9,83%. URL:

http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=2868:turismo-receptivo-en-ecuador-inicia-el-ano-con-un-crecimiento-del-983&catid=19:noticias-al-d&Itemid=151. Descargado 04/06/2012.

Ministerio de Turismo del Ecuador (2011): Crecimiento turístico de Ecuador en 2010 se destaca dentro del barómetro de la OMT_. URL:

http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=2061:crecimiento-turistico-de-ecuador-en-2010-se-destaca-dentro-

[del-barometro-de-la-omt-&catid=278:noticias-2010&Itemid=213.](#)

Descargado 04/06/2012.

Ministerio de Turismo del Ecuador (2011): Ecuador cierra el 2011 con la llegada de más de un millón 128 mil turistas extranjeros. URL:

http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=4266%3Aecuador-cierra-el-2011-con-la-llegada-de-mas-de-un-millon-128-mil-turistas-extranjeros-&catid=296%3Anoticias-2011&Itemid=154.

Descargado 05/05/2011.

Osseonews (2012). Cost of Dental Implants. URL:

[http://www.osseonews.com/patient-information/what-are-the-costs-of-dental-implants/.](http://www.osseonews.com/patient-information/what-are-the-costs-of-dental-implants/) Descargado 02/10/2012.

Portal de actualidad y noticias (2011). Economía/Turismo.- Ecuador devuelve el IVA a los turistas extranjeros que compren productos del país URL:

[http://www.europapress.es/economia/noticia-economia-turismo-ecuador-devuelve-iva-turistas-extranjeros-compren-productos-pais-20110105132449.html.](http://www.europapress.es/economia/noticia-economia-turismo-ecuador-devuelve-iva-turistas-extranjeros-compren-productos-pais-20110105132449.html) Descargado 20/01/11.

Rode Revista Odontológica de Especialidades (2006). Manual de Endodoncia. Parte 1. Concepto de Endodoncia. URL:

[http://www.infomed.es/rode/index.php?option=com_content&task=view&id=82&Itemid=1.](http://www.infomed.es/rode/index.php?option=com_content&task=view&id=82&Itemid=1) Descargado 27/06/10

Sociedad Ecuatoriana de Cirugía Plástica Reconstructiva y Estética (2011): ÓRGANO OFICIAL DE DIFUSIÓN CIENTÍFICA DE LA SECPRE. URL:

[http://www.medicosecuador.com/revista_cirugia_plastica/.](http://www.medicosecuador.com/revista_cirugia_plastica/) Descargado 05/05/2011

Turismo Médico (2011): Portal de turismo medico en América Latina. URL:

<http://turismomedico.org/mitos-realidades-del-turismo-medico/>.Descargado 12/06/2012.

Walker, O. (2005). Marketing Estratégico Enfoque de Toma de Decisiones. McGraw- Hill Interamericana. México D.F., México.

ANEXOS

Entrevista al Sr. Leopoldo Ramiro Merizalde Jaramillo

1. ¿Cuántos años lleva en el negocio del turismo?

Llevo alrededor de 18 años.

2. ¿Sabe lo que es el turismo Odontológico?

Escuchado turismo médico que es lo que está de moda ahora para los países Latinoamericanos que en general las mujeres vienen hacerse cirugías plásticas, pero supongo que es lo mismo pero para tratamientos odontológicos.

3. ¿Cree que Quito sea un buen destino para el turismo Odontológico?

Quito siempre va ser uno de los mejores destinos del mundo para hacer turismo, ahora incluyendo este atractivo de que la gente venga a realizarse tratamientos odontológicos ya que estoy seguro que existen muy buenos profesionales sería muy interesante y pienso que tendría muy buena acogida.

4. ¿ha tenido clientes que han hecho turismo odontológico?

Directamente no, pero si he tenido clientes que han contrato un pequeño paquete de turismo ya que vienen exclusivamente a operarse.

5. ¿Cree que sería una buena opción incluir o crear paquetes de turismo odontológico para Quito?

Sería una muy interesante idea, el mejor marketing es el cliente satisfecho que regresa contento de haber recibido un excelente servicio y va a comentar con sus familiares y amigos, si se trabaja como un proyecto pienso que sería muy viable ejecutarlo.

Sr. Leopoldo Ramiro Merizalde Jaramillo

1703661791

RAMCARTOUR S.A.

1791946650001

Gerente Operador de Turismo Receptivo y Servicios Conexos.

Entrevista al Dr. Marco Edison Soto Montalvo.

1. ¿Cuántos años lleva en la profesión de Odontólogo?

Llevo 26 años de profesión.

2. ¿Sabe lo que es el turismo Odontológico?

Si, sé que es el visitar un país para la realización de tratamientos Odontológicos, a menor precio de los de su país de residencia, aprovechando el conocer el país al que visita el turista.

3. ¿Cree que Quito sea un buen destino para el turismo Odontológico?

Si, Quito es una ciudad moderna, la cual cuenta con prestigiosas clínicas odontológicas, equipadas con la mejor tecnología para brindar un servicio de calidad a los Turistas que buscan abaratar costos en sus tratamientos pero manteniendo una buena calidad. Al igual que Quito tiene innumerables atractivos turísticos los cuales son una buena alternativa para los extranjeros.

4. ¿Cree que ha realizado turismo Odontológico?

Yo creo que si porque tengo varios pacientes que hace muchos años viajan al Ecuador para la realización de una Rehabilitación oral, aprovechando sus vacaciones, vienen y visitan a su familia y viajan por el Ecuador, pero su objetivo principal es el realizarse un tratamiento Odontológico. En este momento me encuentro realizando un puente de metal porcelana a una paciente extranjera, la cual fue recomendada por su amiga que viajo hace un año para realizarse un puente inferior.

5. ¿Cree usted que el nivel tecnológico y de actualización de los Odontólogos Ecuatorianos es igual que el de los Odontólogos de otros países?

La competencia que existe actualmente es dura ya que cada vez salen nuevas tendencias y nuevas actualizaciones en Odontología, pero en el Ecuador existen profesionales que estamos especializados y podemos dar igual o mejor atención a nuestros pacientes, porque nos encontramos en constante aprendizaje, ya sea en nuestro país o en el extranjero, Ecuador tiene una buena calidad de profesionales, eso si debemos tomar en cuenta que no todos los Odontólogos pueden realizar cualquier tratamiento, por lo que se deben respetar las diferentes especialidades para que cada profesional haga su trabajo según su especialidad, por ejemplo un Odontólogo General no puede realizar una cirugía de terceros molares, o poner implantes, para eso existe el Odontólogo Cirujano Oral.

Dr. Edison Soto Montalvo.

C.O.P. 1180

Entrevista a la Dra. Giovanna Calderón G.

1. ¿Cuántos años lleva en la profesión de Odontólogo?

29 años de profesión.

2. ¿Sabe lo que es el turismo Odontológico?

Si, organizan un tour a sitios donde la odontología es más barata y de calidad.

Se oferta a sitios que el costo de vida es más elevado y aparte de que te paseas vas a lugares donde le van a ofrecer un buen servicio odontológico y obtienen un ahorro.

3. ¿Cree que Quito sea un buen destino para el turismo Odontológico?

Si, ya que consta con muy buenos odontólogos estudiados en las mejores escuelas de odontología del mundo.

4. ¿Cree que ha realizado turismo Odontológico?

Directamente realizar el negocio de turismo odontológico no, pero pacientes que han venido al país a visitar a sus familiares a Quito y han recibido referencia de sus familiares de mi forma de trabajar y garantía.

5. ¿Cree usted que el nivel tecnológico y de actualización de los Odontólogos ecuatorianos es igual que el de los Odontólogos de otros países?

En nivel tecnológico muy pocos doctores están a la par por los costos que representan la importación y capacitación, pero de igual manera hay odontólogos que invierten porque son reconocidos en Quito.

Dra. Giovanna Calderón G.

Especialista en Rehabilitación Oral. Escuela de Odontología. Toronto - Italia

Código 770, colegios de odontólogos.

Entrevista a la Odontóloga Andrea Padilla.

1. ¿Cuántos años lleva en la profesión de Odontólogo?

1 año de profesión.

2. ¿Sabe lo que es el turismo Odontológico?

Si, es cuando personas residentes en otro país viene a Ecuador a realizarse específicamente tratamientos odontológicos y aprovecha para visitar a su familia o amigos.

3. ¿Cree que Quito sea un buen destino para el turismo Odontológico?

Pienso que es un excelente destino ya que todos los lugares de interés turístico queda a muy pocas horas de Quito.

4. ¿Cree que ha realizado turismo Odontológico?

Si, a mis familiares que viven en Nueva York, que vienen a visitarnos fin de año siempre hay algo que curarles o atenderles y me cuentan que los amigos piensan en venir atenderse conmigo.

6. ¿Cree usted que el nivel tecnológico y de actualización de los Odontólogos Ecuatorianos es igual que el de los Odontólogos de otros países?

Pienso que ahora los odontólogos tienen muchas oportunidades como becas en el exterior para especializarse, sin dejar atrás a nuestras universidades que han demostrado que están a muy buen nivel, comparado con países de la región, y odontólogos que ya tienen muchos años de experiencia, tienen tecnología y conocimiento que tranquilamente puede superar trabajos de odontólogos de cualquier parte del mundo.

Odontóloga Andrea Maribel Padilla Altamirano

Libro B, Folio 57, No 170

Entrevista a la Odontóloga Andrea Padilla.

1. ¿Cuántos años lleva en la profesión de Odontólogo?

2 años de profesión.

2. ¿Sabe lo que es el turismo Odontológico?

Si, es la nueva forma que los países de Latinoamérica están atrayendo pacientes para ofrecerles tratamientos y al mismo tiempo realizar turismo todo eso a precio 3 veces más bajo que lo que costaría en su país de residencia.

3. ¿Cree que Quito sea un buen destino para el turismo Odontológico?

Pienso que Quito es uno de los mejores lugares Suramérica para que los turistas realicen turismo odontológico, ya que tiene muy buenos odontólogos y lo mejor es que realizar turismo en Ecuador es barato sin dejar atrás que todo el mundo conoce las Islas Galápagos y en algún rato de su vida quieren conocerlas.

4. ¿Cree que ha realizado turismo Odontológico?

Aun no, pero tengo dentro de mis proyectos realizar turismo odontológico ya que veo que es una gran oportunidad para mi carrera.

6. ¿Cree usted que el nivel tecnológico y de actualización de los Odontólogos Ecuatorianos es igual que el de los Odontólogos de otros países?

Si, no es el común denominador pero si un gran porcentaje de odontólogos en Quito que se han especializado en el exterior en las diferentes ramas de la odontología hacen que se considere que existe gran nivel tomando en cuenta que existen clínicas que poseen lo último en tecnología odontológica como el láser.

Odontóloga Paulina Alexandra Soto Jácome

Libro 12, Folio 148, No 442

Entrevista a la Dra. Ximena de Lourdes Heredia Villacreces C.O.P. 1764

1. ¿Cuántos años lleva en la profesión de Odontólogo?

25 años de profesión.

2. ¿Sabe lo que es el turismo Odontológico?

La verdad no, ¿de que se trata eso?

3. ¿Cree que Quito sea un buen destino para el turismo Odontológico?

Pienso que si ya que Quito tiene lugares muy bonitos y únicos en el mundo como el centro histórico.

4. ¿Cree que ha realizado turismo Odontológico?

Si he realizado pero nunca lo he tomado como turismo odontológico, le hecho con familiares que viven en Inglaterra.

7. ¿Cree usted que el nivel tecnológico y de actualización de los Odontólogos Ecuatorianos es igual que el de los Odontólogos de otros países?

En conocimiento pienso que estamos a la par, en tecnología no ya que los equipos son demasiado caros para nuestro medio, hay odontólogos que los tienen pero son la minoría.

Dra. Ximena de Lourdes Heredia Villacreces C.O.P. 1764

Odontóloga

Entrevista a la Dra. Patricia Montoya

1. ¿Cuántos años lleva en la profesión de Odontólogo?

2 años de profesión.

2. ¿Sabe lo que es el turismo Odontológico?

Si, es cuando personas extranjeras vienen a realizarse tratamientos odontológicos no solo a Ecuador sino a países latinoamericanos por su bajo costo del tratamiento.

3. ¿Cree que Quito sea un buen destino para el turismo Odontológico?

Claro que sí, ya que tenemos muchos lugares turísticos, tenemos el centro histórico más bonito de América y muy buenos profesionales

4. ¿Cree que ha realizado turismo Odontológico?

Sí, tengo un amigo de Estados Unidos que conocí en un trabajo de verano pero seguíamos en contacto y me contó que le salía muy caro allá curarse ya que perdió piezas dentales en un accidente, entonces le comente que venga a Ecuador y le pareció muy buena idea, el me comento que le salió 4 veces menos de lo que le hubiera costado allá incluido pasajes.

8. ¿Cree usted que el nivel tecnológico y de actualización de los Odontólogos Ecuatorianos es igual que el de los Odontólogos de otros países?

Pienso que si, ya que ahora muy pocos odontólogos se quedan con titulo de tercer nivel, siempre buscan una especialización y estamos tratando de informarnos cuales son las nuevas técnicas o que hay de nuevo en tecnología.

Dra. Patricia Montoya

Libro 12, Folio 13, No. 428

Odontóloga

Economía

Costos de servicios de salud oral atraen a clientes externos

QUITO

- Fotos



[Ampliar imagen](#)

QUITO. Los inmigrantes ecuatorianos aprovechan sus visitas al país para realizarse tratamientos odontológicos.

La Mitad del Mundo, las islas Galápagos, la Amazonía, las playas y otros atractivos del país no son los únicos motivos que atraen a los extranjeros o emigrantes ecuatorianos. Los servicios de odontología, que frente a otras naciones representan menores costos, también generan llegadas.

No hay una estadística exacta que defina cuántos extranjeros arriban por servicios dentales, pero los consultorios que reciben pacientes de este segmento indican que entre un 10% y 40% proceden del exterior. En este grupo están ecuatorianos que aprovechando sus vacaciones en el país realizan tratamientos odontológicos.

Aunque en Europa y Estados Unidos los precios han bajado por la crisis financiera, las tarifas que se manejan en Ecuador siguen impulsando la captación. Se estipula que los precios internos representan una cuarta parte o,

al menos, la mitad de los tarifarios de países más desarrollados.

Para atender requerimientos, varias clínicas usan el internet como primer contacto. Cristina Báez, directora de marca de las clínicas Global Dental, asevera que por medio de este sistema reciben de pacientes extranjeros sus radiografías para hacer un diagnóstico presuntivo sin costo y responder con una proforma del costo probable del tratamiento.

Añade que el servicio que dan con la participación de 33 especialistas facilita una atención ágil que supone una ventaja para el paciente extranjero que no dispone de mucho tiempo para permanecer en el país.

Este factor es determinante para el tipo de servicios que demandan los turistas, que buscan realizarse coronas (implante artificial en la parte visible de una pieza dental) o puentes (inserción de piezas movibles que se sostienen en otras piezas dentales) y que no requieren más de dos semanas para su aplicación.

Dentro de sus paquetes, esta firma oferta al paciente un servicio turístico con una agencia de viajes, para que pueda visitar atracciones que se encuentren cerca del lugar de atención.

Carlos Monteros, representante de la clínica Corporación Odontológica Iberoamericana, refiere que además de la motivación económica, los pacientes reconocen la calidad porque, en su caso, otorgan servicios dotados por especialistas que han estudiado fuera del país.

Acota que pese a no realizar una mayor promoción respecto a este servicio ha atendido a pacientes de Estados Unidos y países de Europa y África. Para esta clínica dental, la cartera de clientes externos representa un 40%.

Marco González, presidente del Colegio Odontológico de Pichincha, sostiene que los pacientes se sienten a gusto por el trato que se desarrolla entre el

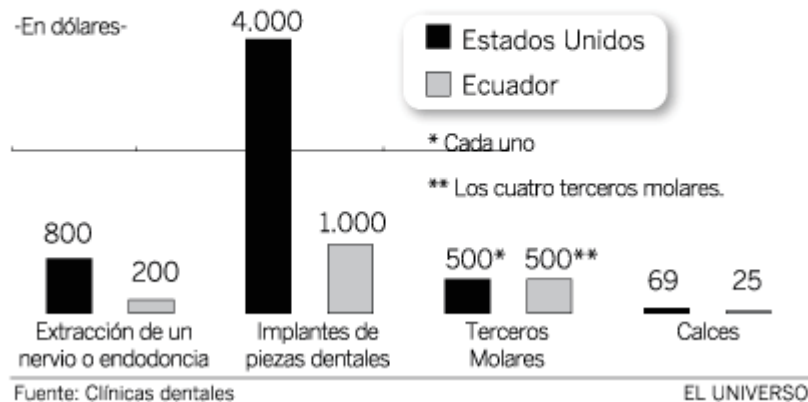
especialista y el paciente. “Aquí tenemos calidez. La atención es personalizada y ello se valora mucho”.

Precisamente, los inmigrantes ven en la atención, a más del costo, un componente que los impulsa a recibir tratamiento en Ecuador. Jaime Ortiz, ecuatoriano que ha vivido por 11 años en Estados Unidos y que se ha realizado varios tratamientos, destaca este aspecto. Pero no deja de lado el factor costo.

“Al venir acá aprovecho para ver a la familia y me arreglo la dentadura, porque allá es muy costoso”, indica Ortiz, quien conoce casos de inmigrantes que buscan en Ecuador, México y Colombia atención.

Stéfano Morelli, un italiano que da clases de este idioma en Quito, asegura que se hizo atender varios calces durante su estancia en capital. “En Italia cuesta 50 euros (\$ 69) cada pieza dental, aquí pagó \$ 25. La atención es muy buena, como si estuviera en Italia, pero el precio es incomparable”.

Comparación de cifras



<http://www.eluniverso.com/2009/07/12/1/1356/83533807315347F4A6AF0C4AE3FEA376.html>

Economía

Tarifa puede ser hasta 3 veces menor

¿Qué tipos de servicios son los que más requieren los pacientes externos? Las clínicas reciben pedidos diferentes. Sin embargo, los mayores son por rehabilitaciones orales, blanqueamientos dentales, extracción de terceros molares (muelas del juicio), estética odontológica, entre otros.

En la mayor parte de los servicios, las tarifas se ubican con valores inferiores al mercado europeo y estadounidense.

Por ejemplo, Cristina Báez, de Global Dental, explica que el precio de la extracción de un nervio dental o endodoncia en Estados Unidos es al menos de 800 dólares por pieza, mientras que en el país el costo es de 200.

En el caso de implantes de piezas dentales en el hueso, en Ecuador la tarifa puede bordear los mil dólares, mientras que en Estados Unidos oscila entre 4.000 y 5.000 dólares.

<http://www.eluniverso.com/2009/07/12/1/1356/C33D13D7499149E2A26918B02E4FA0C8.html>

LA REFORMA DE LA SALUD DE EE.UU. PODRÍA ACELERAR AUN MAS LA TERCERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN MÉDICA, BENEFICIANDO EL TURISMO DE SALUD EN AMÉRICA LATINA.

Cuando en marzo de 2009 el Congreso de Estados Unidos comenzó a discutir la reforma de salud, muchos pensaron que la propuesta podía detener el acelerado crecimiento del **turismo médico**. Después de todo, la nueva ley buscaba favorecer a más de 45 millones de estadounidenses que carecen de seguro médico, muchos de las cuales no tenían más alternativa que viajar al exterior para tratar sus dolencias.

Y ahora que, tras meses de discusión y cabildeo, la polémica reforma del sistema de salud es ley en Estados Unidos, ¿significa esto que la industria se encuentra en el umbral del estancamiento? Todo lo contrario, dicen los expertos. La reforma le brindará un renovado ímpetu al proceso de tercerización de la salud que se viene registrando hace años en el país, y estimularía la floreciente industria latinoamericana dedicada al **turismo médico** internacional.

"La nueva ley va a tener un impacto muy positivo en el sector", dice Jonathan Edelheit, CEO de la Asociación de **Turismo Médico** de Estados Unidos. "En vez de abaratar los costos de la atención médica en el país, al final los va a encarecer".

A mayores costos en la atención médica de Estados Unidos, mayores son los incentivos para que los ciudadanos estadounidenses decidan viajar al exterior, un fenómeno que incluso antes de la reforma ya venía creciendo a un ritmo de 35% al año.

"Para los próximos años la tendencia debiera prolongarse", señala Edelheit. Según las últimas estimaciones de la asociación, 1,6 millón de estadounidenses viajarán fuera del país para recibir atención médica en 2012, algo menos del doble de los 870.000 pacientes viajeros previstos para este

año. Para 2017 gastarán en ello más de US\$ 80.000 millones entre pasajes, estadías y el tratamiento propiamente tal.

Edelheit estima que América Latina podría capturar entre 40% y 50% de ese monto, debido a la gran cantidad de hispanos que viven en el país y la facilidad con que pueden montarse en un avión y atenderse en sus países de origen.

Que la nueva ley encarezca los costos de la atención médica es causa de sorpresa para algunos en Estados Unidos, particularmente debido a que la Casa Blanca se había jugado en promover la reforma como una solución a los problemas que habían convertido el sistema de salud de ese país en uno de los más costosos del mundo.

Pero el proyecto original fue sometido a numerosas modificaciones a lo largo de su prolongada tramitación en el Congreso, y la versión final quedó por debajo de las expectativas de muchos: sólo obliga a las compañías de seguros a extender la cobertura a gran parte del universo de personas que antes no calificaban para adquirir sus servicios.

Los expertos recalcan que la ley omitió, entre otras cosas, toda iniciativa para tratar las causas del alto costo de la atención médica en Estados Unidos. Factores como el de la industria farmacéutica, que encarecen los precios de las medicinas, o los costos de las operaciones de los hospitales, quedaron intactos.

Y lo que quizás sea más relevante, la reforma no hace nada por contener la ola de litigios que caracteriza al sistema y que obliga a los doctores estadounidenses a contratar costosas pólizas de seguros para protegerse, y cuyos costos son trasladados después a todos los pacientes. Según datos de la industria, los costos de las pólizas pueden variar entre US\$ 50.000 y US\$ 200.000 al año, dependiendo del grado de cobertura de las pólizas y de la ubicación y especialización de cada doctor

"No hay muchas cosas en la nueva ley que ayuden a las compañías de seguros a bajar sus costos", dice Anne Crumlish, consultora sénior de la firma

Hewitt Associates. "Por el contrario, son muchas las cosas que obligan a las compañías de seguros a entregar beneficios que antes no ofrecían".

Según Crumlish, con la nueva ley desaparecerán los denominados lifetime maximums, estipulaciones contractuales que limitan la cantidad máxima de beneficios que el usuario puede obtener durante su vida, y se restringirán también las limitaciones que las aseguradoras imponen a los beneficios que cada paciente puede recibir durante el año. Tampoco podrán cancelar las pólizas de personas cuando éstas se enferman, excluir de la cobertura a niños debido a condiciones preexistentes, o a los jóvenes cuando terminan la universidad o cuando cumplen 19 años. Ahora podrán seguir en los planes de seguro médico de sus padres hasta que cumplan los 26 años.

Devon Herrick, investigador sénior del centro de estudios National Center for Policy Analysis, dice que todos estos costos adicionales llevarán, finalmente, a que muchas compañías de seguros y sus pacientes miren con atención el tipo de servicios que pueden ser contratados en el exterior y en América Latina.

Esto constituye un cambio para las aseguradoras estadounidenses, muchas de las cuales hasta hace muy poco se mostraban renuentes de incluir en sus pólizas la opción de recibir atención médica en otros países.

"Si eres una compañía de seguros y estás pagando US\$ 50.000 por una operación de cadera y el asegurado tiene que pagar unos US\$ 5.000 de su propio bolsillo, es fácil imaginarse un escenario donde la aseguradora le dice al cliente: te elimino ese costo de US\$ 5.000 si consideras la posibilidad de hacerte la operación en Singapur, donde el costo total sería de sólo US\$ 15.000", dice Herrick.

A la tendencia también se están sumando las propias cadenas de hospitales, que han comenzado a estudiar la posibilidad de construir nuevas instalaciones en el exterior para sacarles provecho a los bajos costos y al talento que está disponible fuera de Estados Unidos. "Ya hemos comenzado a ver muchas de las marcas prestigiosas, como Johns Hopkins y la Cleveland Clinic, explorando

los mercados internacionales", dice Herrick. "Muchas de estas organizaciones saben que la tendencia hacia la tercerización de la medicina es un proceso irreversible en una industria que se torna cada vez más global".

Al no resolver los problemas del sistema, la reforma está acelerando ese proceso. "El **turismo médico** va a beneficiarse de este escenario simplemente porque tendremos que encontrar otras soluciones, y la competencia internacional es una de ellas", señala el experto.

América Latina podría capturar hasta el 50% del mercado de la salud tercerizada en el exterior.

Antonio María Delgado, Miami

Citación De la Fuente

Delgado, Antonio María. "La reforma de la salud de EE.UU. podría acelerar aun más la tercerización de la atención médica, beneficiando el turismo de salud en América Latina." *America Economia News Service* [Spanish] 24 Sept. 2010. *Informe Académico*. Web. 20 Feb. 2011.

Document

URL

http://find.galegroup.com/gps/infomark.do?&contentSet=IAC-Documents&type=retrieve&tabID=T003&prodId=IPS&docId=A238477679&source=gale&srcprod=IFME&userGroupName=uame_cons&version=1.0

TURISMO MEDICO

El turismo médico es cuando una persona que viven en un país realiza un viaje a otro país para recibir atención médica, odontológica y quirúrgica, recibiendo igual o mayor cuidado que el que tendrían en su propio país, o simplemente en busca de atención médica asequible.

TURISMO MEDICO NACIONAL.

Es donde las personas que viven en el país realizan un viaje a otra ciudad, región o estado para recibir atención médica, odontológica y quirúrgica, en busca de mejor tecnología y servicio.

LA REFORMA DE LA SALUD DE EE.UU. PODRÍA ACELERAR AUN MAS LA TERCERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN MÉDICA, BENEFICIANDO EL TURISMO DE SALUD EN AMÉRICA LATINA.

Cuando en marzo de 2009 el Congreso de Estados Unidos comenzó a discutir la reforma de salud, muchos pensaron que la propuesta podía detener el acelerado crecimiento del **turismo médico**. Después de todo, la nueva ley buscaba favorecer a más de 45 millones de estadounidenses que carecen de seguro médico, muchos de las cuales no tenían más alternativa que viajar al exterior para tratar sus dolencias.

Y ahora que, tras meses de discusión y cabildeo, la polémica reforma del sistema de salud es ley en Estados Unidos, ¿significa esto que la industria se encuentra en el umbral del estancamiento? Todo lo contrario, dicen los expertos. La reforma le brindará un renovado ímpetu al proceso de tercerización de la salud que se viene registrando hace años en el país, y estimularía la floreciente industria latinoamericana dedicada al **turismo médico** internacional.

"La nueva ley va a tener un impacto muy positivo en el sector", dice Jonathan Edelheit, CEO de la Asociación de **Turismo Médico** de Estados Unidos. "En

vez de abaratar los costos de la atención médica en el país, al final los va a encarecer".

A mayores costos en la atención médica de Estados Unidos, mayores son los incentivos para que los ciudadanos estadounidenses decidan viajar al exterior, un fenómeno que incluso antes de la reforma ya venía creciendo a un ritmo de 35% al año.

"Para los próximos años la tendencia debiera prolongarse", señala Edelheit. Según las últimas estimaciones de la asociación, 1,6 millón de estadounidenses viajarán fuera del país para recibir atención médica en 2012, algo menos del doble de los 870.000 pacientes viajeros previstos para este año. Para 2017 gastarán en ello más de US\$ 80.000 millones entre pasajes, estadías y el tratamiento propiamente tal.

Edelheit estima que América Latina podría capturar entre 40% y 50% de ese monto, debido a la gran cantidad de hispanos que viven en el país y la facilidad con que pueden montarse en un avión y atenderse en sus países de origen.

Que la nueva ley encarezca los costos de la atención médica es causa de sorpresa para algunos en Estados Unidos, particularmente debido a que la Casa Blanca se había jugado en promover la reforma como una solución a los problemas que habían convertido el sistema de salud de ese país en uno de los más costosos del mundo.

Pero el proyecto original fue sometido a numerosas modificaciones a lo largo de su prolongada tramitación en el Congreso, y la versión final quedó por debajo de las expectativas de muchos: sólo obliga a las compañías de seguros a extender la cobertura a gran parte del universo de personas que antes no calificaban para adquirir sus servicios.

Los expertos recalcan que la ley omitió, entre otras cosas, toda iniciativa para tratar las causas del alto costo de la atención médica en Estados Unidos. Factores como el de la industria farmacéutica, que encarecen los precios de las

medicinas, o los costos de las operaciones de los hospitales, quedaron intactos.

Y lo que quizás sea más relevante, la reforma no hace nada por contener la ola de litigios que caracteriza al sistema y que obliga a los doctores estadounidenses a contratar costosas pólizas de seguros para protegerse, y cuyos costos son trasladados después a todos los pacientes. Según datos de la industria, los costos de las pólizas pueden variar entre US\$ 50.000 y US\$ 200.000 al año, dependiendo del grado de cobertura de las pólizas y de la ubicación y especialización de cada doctor

"No hay muchas cosas en la nueva ley que ayuden a las compañías de seguros a bajar sus costos", dice Anne Crumlish, consultora sénior de la firma Hewitt Associates. "Por el contrario, son muchas las cosas que obligan a las compañías de seguros a entregar beneficios que antes no ofrecían".

Según Crumlish, con la nueva ley desaparecerán los denominados lifetime maximums, estipulaciones contractuales que limitan la cantidad máxima de beneficios que el usuario puede obtener durante su vida, y se restringirán también las limitaciones que las aseguradoras imponen a los beneficios que cada paciente puede recibir durante el año. Tampoco podrán cancelar las pólizas de personas cuando éstas se enferman, excluir de la cobertura a niños debido a condiciones preexistentes, o a los jóvenes cuando terminan la universidad o cuando cumplen 19 años. Ahora podrán seguir en los planes de seguro médico de sus padres hasta que cumplan los 26 años.

Devon Herrick, investigador sénior del centro de estudios National Center for Policy Analysis, dice que todos estos costos adicionales llevarán, finalmente, a que muchas compañías de seguros y sus pacientes miren con atención el tipo de servicios que pueden ser contratados en el exterior y en América Latina.

Esto constituye un cambio para las aseguradoras estadounidenses, muchas de las cuales hasta hace muy poco se mostraban renuentes de incluir en sus pólizas la opción de recibir atención médica en otros países.

"Si eres una compañía de seguros y estás pagando US\$ 50.000 por una operación de cadera y el asegurado tiene que pagar unos US\$ 5.000 de su propio bolsillo, es fácil imaginarse un escenario donde la aseguradora le dice al cliente: te elimino ese costo de US\$ 5.000 si consideras la posibilidad de hacerte la operación en Singapur, donde el costo total sería de sólo US\$ 15.000", dice Herrick.

A la tendencia también se están sumando las propias cadenas de hospitales, que han comenzado a estudiar la posibilidad de construir nuevas instalaciones en el exterior para sacarles provecho a los bajos costos y al talento que está disponible fuera de Estados Unidos. "Ya hemos comenzado a ver muchas de las marcas prestigiosas, como Johns Hopkins y la Cleveland Clinic, explorando los mercados internacionales", dice Herrick. "Muchas de estas organizaciones saben que la tendencia hacia la tercerización de la medicina es un proceso irreversible en una industria que se torna cada vez más global".

Al no resolver los problemas del sistema, la reforma está acelerando ese proceso. "El **turismo médico** va a beneficiarse de este escenario simplemente porque tendremos que encontrar otras soluciones, y la competencia internacional es una de ellas", señala el experto.

América Latina podría capturar hasta el 50% del mercado de la salud tercerizada en el exterior.

Antonio María Delgado, Miami

Citación De la Fuente

Delgado, Antonio María. "La reforma de la salud de EE.UU. podría acelerar aun más la tercerización de la atención médica, beneficiando el turismo de salud en América Latina." *America Economia News Service* [Spanish] 24 Sept. 2010. *Informe Académico*. Web. 20 Feb. 2011.

Document

URL

http://find.galegroup.com/gps/infomark.do?&contentSet=IAC-Documents&type=retrieve&tabID=T003&prodId=IPS&docId=A238477679&source=gale&srcprod=IFME&userGroupName=uame_cons&version=1.0

Ecuador prevé crecimiento del 7% en turismo extranjero durante 2012

EFE | QUITO

El Gobierno de **Ecuador prevé un crecimiento del 7% en el turismo de extranjeros durante 2012** y calcula que este año llegarán al país 1.214.000 millones de visitantes, informó hoy la Secretaría de Comunicación de la Presidencia en su [portal web](#).

Durante 2011, más de 1'128.000 turistas extranjeros llegaron a Ecuador, lo que supuso un aumento del 8% respecto a los 1'044.000 visitantes que lo hicieron en 2010, indicó la Dirección de Inteligencia de Mercados del Ministerio de Turismo.

Según las estadísticas oficiales, el resultado positivo se debe a la aplicación de un Plan Integral de Marketing Turístico 2010-2014, que busca posicionar a Ecuador como "líder del turismo consciente y sostenible".

La estadística señala además que entre enero y noviembre de 2011, **Colombia ocupó el primer lugar en el registro de llegadas** con 235.516 turistas, seguido de Estados Unidos con 215.979, Perú con 133.985, España con 55.441, Argentina con 33.226, Venezuela con 32.485 y Chile con 30.998.

Luego se ubicaron Alemania con 24.524 turistas, Cuba con 22.278, Canadá con 22.104, Gran Bretaña con 21.402, Francia con 19.084, México con 16.672, Brasil con 16.110 e Italia con 13.693.

Esas cifras demuestran un importante **incremento del turismo desde países suramericanos**, ya que respecto al mismo periodo de 2010, se observa un aumento del 29% en las visita de colombianos, 21% de chilenos, 18% de venezolanos, 17% de argentinos e igual índice de brasileños.

También el **turismo desde México registró un aumento del 15%** entre enero y noviembre del año pasado, con relación al mismo periodo de 2010, precisa la estadística.

Los mercados europeos, agrega el informe, muestran un crecimiento más moderado de turistas, ya que en el periodo Alemania registró un aumento del 7%, España del 3% y Gran Bretaña del 2%.

<http://www.eluniverso.com/2012/01/02/1/1356/ecuador-preve-crecimiento-7-turismo-extranjero-durante-2012.html>

Ecuador despegar en turismo de salud Los altos costos de los tratamientos médicos en Estados Unidos posicionan a Asia y Latinoamérica como receptoras de pacientes. Ecuador busca consolidarse como destino de turismo de salud.

Hoteles, restaurantes, atractivos naturales, marcas exclusivas, artesanías, telefonía celular. Un catálogo de anuncios da la bienvenida al viajero que llega a un aeropuerto. Imágenes y mensajes sugestivos invitan a disfrutar lo mejor del destino. En Cuenca, junto con la oferta cultural aparece un elemento nuevo: servicios médicos.

La capital del Azuay busca diversificar su oferta turística y posicionarse en una tendencia global: el turismo de salud. Es decir el de aquellos viajeros que salen de su ciudad o país para buscar atención médica más económica. Aunque inicialmente apuntan a pacientes de provincias cercanas, no descartan a futuro los extranjeros.

La Organización Mundial de Turismo no cuenta con indicadores, pero, según un estudio de Deloitte, generaría un mercado de entre 60 mil y 100 mil millones de dólares anuales. Los principales clientes son los 49 millones de personas que no tienen seguro médico y los 108 millones que carecen de seguro dental en Estados Unidos.

Entre entusiasmo y escepticismo, más de medio centenar de países se han visto tentados a tratar de captar parte de ese flujo turístico con complejos hospitalarios y tarifas bajas. México y Costa Rica lideran la oferta en Sudamérica. Colombia se promociona. Asia tiene su espacio. ¿Qué posibilidades tiene Ecuador? Los voceros de cinco hospitales de Quito, Guayaquil y Cuenca dan su perspectiva.

Un nicho de mercado

La salud en Ecuador tiene altibajos. Neonatos muertos en un hospital por una bacteria. Exitosos trasplantes de órganos. Falta de medicamentos. Obtención

de certificaciones internacionales. Defunciones por cirugías realizadas en consultorios.

Pese a estos contrastes, el país busca posicionarse como destino de turismo de salud. El prestigio de algunos médicos ya atrae a pacientes extranjeros. En el mundo lo más solicitado son cirugías estéticas y bariátricas, odontología y traumatología. El turismo de salud permite a los países receptores diversificar su oferta turística, así como incrementar los días de permanencia de los turistas y su gasto por visita.

Aunque inicialmente fue una opción para quienes no tenían seguro médico, como explica Pramod Goel, presidente de la facilitadora de turismo médico PlacidWay, crece el interés de las aseguradoras por conseguir tratamientos más económicos frente a los de alto costo que plantean los países desarrollados.

Esto despierta un mercado altamente competitivo. ¿Cuáles son las ventajas de Ecuador? Se espera que la moneda, una atención cálida, Galápagos... “Es un mercado tan grande que hay para todos”, concluye Gioconda Álvarez, directora general de Seitur, agencia que maneja el proyecto MedTravel, que trajo diez pacientes de prueba.

Pioneros ecuatorianos

Basta buscar en Google para ver que Ecuador ya ofrece servicios médicos a extranjeros. Hospitales consultados confirman la presencia de pacientes, aunque apenas llegue al dos por ciento en algunas instituciones.

El Plandetur 2020 asocia el turismo de salud con termalismo, medicina ancestral y Spa. El Ministerio de Turismo contrató una consultoría para consolidarlo “como uno de los principales productos turísticos del Ecuador”. Narcisa Cárdenas, subsecretaria de Gestión Turística, espera los resultados del diagnóstico. Señala que preliminarmente identificaron a 32 operadores vinculados con medicina convencional, tradicional y alternativa.

Pero el turismo de salud implica más que infraestructura de primera, médicos capacitados y tarifas bajas. Son necesarias certificaciones, contratos legales, posicionamiento en Internet, congresos y ferias, capacitación en idiomas, acompañamiento permanente para el paciente, acercamiento con facilitadores y aseguradoras...

A pesar de todos los requisitos, los hospitales privados tienen al turismo de salud en sus planes de crecimiento. Como explica Francisco Cepeda, gerente general del hospital de Los Valles en Quito, la mayor parte de la inversión se destina a infraestructura y equipos, por lo que el resto implica más que nada un “fuerte cambio organizacional”.

“Un hospital de 100 camas cuesta 35 millones de dólares; la organización, 200 o 300 mil dólares”. En ese sentido, los pacientes externos ayudarían a garantizar la “masa crítica” que hace rentable el hospital, que contará con suites y hotel.

De manera similar, el hospital Monte Sinaí, de Cuenca, proyecta una nueva torre para llegar a 90 camas. Esperan crecer un 30 por ciento gracias a pacientes de otras provincias, señala su gerente Carlos Ludeña. Por su parte, la clínica Santa Inés ofrece sala vip con cuarto para acompañante, despacho, equipo de cuidados intensivos y doctor y enfermera permanentes.

Para fomentar la renovación tecnológica, Cepeda sugiere incentivos tributarios a la importación de equipos.

En cuanto a certificaciones, el hospital Metropolitano de Quito lleva la delantera con la que obtuvo este año de la Joint Commission International. Este centro, miembro de la Medical Tourism Association, incursionó en turismo médico hace tres años. Mantiene un convenio con MedTravel y en dos años espera recibir diez pacientes mensuales.

Además de los extranjeros, entre los clientes potenciales están los migrantes. Daniel Romero, gerente general de Omni Hospital de Guayaquil, señala que el objetivo es fomentar que combinen sus visitas familiares con chequeos

médicos. En ese contexto se inscribe el proyecto cuencano de turismo de salud y sus chequeos ejecutivos de entre 66 y 401 dólares.

A nivel local

Un examen médico puede ser estresante. Sin embargo, imagine que antes lo llevan en un city tour por una ciudad patrimonial y que después tiene la oportunidad de recuperarse en un spa con aguas termales.

Propietaria de títulos internacionales como “paraíso para jubilados” y “ciudad saludable”, Cuenca quiere ratificarse como “el mejor centro de atención médica en el Austro”. Para eso, los hospitales Santa Inés, Del Río, Monte Sinaí y las clínicas Santa Ana y Latino Clínica iniciaron un proyecto piloto de seis meses con la Fundación Municipal de Turismo.

Aunque el objetivo inicial es el posicionamiento regional, la publicidad internacional boca a boca ya la comenzaron los más de 700 extranjeros que residen en la ciudad.

Cuenca recibe anualmente 240 mil turistas. Actualmente, la estadía promedio del visitante es de tres días. El gasto diario de un extranjero es de hasta 200 dólares; y de 30 a 90 dólares para el turista nacional. Con esta propuesta se espera extender la permanencia a cuatro y siete días.

Así, hospitales y operadoras reconocen que esta nueva visión de turismo debe posicionarse como marca país.

Medicina con altos estándares

Rómulo Guerrero, cirujano plástico y craneofacial, es de los profesionales que desde hace 15 años atraen pacientes del extranjero gracias a su prestigio. Atiende entre ocho y diez pacientes externos al mes.

Especializado en México, considera que el éxito está en el nivel médico alcanzado por Latinoamérica sin elevar los costos de atención ni bajar los

estándares. Señala que esto es posible porque los seguros son más baratos, hay menos impuestos y la mano de obra es menos costosa en la región.

Considera que el turismo médico en Ecuador está despegando. Un 20 por ciento de los pedidos de información que recibe se concretan. Señala que los pacientes de Estados Unidos y Europa investigan más antes de decidirse por un especialista o por un tratamiento.

Destaca cómo Internet facilita el acercamiento paciente-médico, tanto en el intercambio de exámenes como en la evaluación de cada caso. Considera que se deben potenciar y promocionar a los profesionales médicos.

Por la calidez de su ciudad

Por lo general, su familia se trata en reconocidos centros médicos como Cleveland Clinic o Johns Hopkins Hospital en Estados Unidos. Sin embargo, emergencias en la salud de sus padres y hermanos acercaron en los últimos dos años a Gladys Eljuri a los doctores e instituciones médicas cuencanas.

Mientras atendían a su madre, pasó mucho de su tiempo en la clínica. “Uno no se sentía en un hospital, nos trataron con mucha calidez”, comenta. Por este “testimonio de vida”, esta empresaria cuencana, directora de la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca, decidió promover el turismo de salud en su ciudad.

De sus funciones como ex ministra de Turismo, conserva el afán de promover la visita a spas y aguas termales. Ése será el complemento de la medicina convencional de hospitales y clínicas.

Promotora de alianzas público-privadas, Gladys Eljuri confía en que el proyecto piloto continuará hacia la promoción internacional.

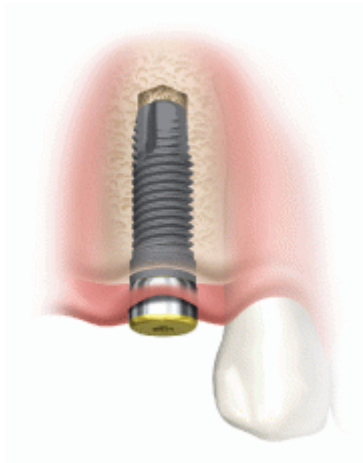
<http://www.vistazo.com/ea/reportaje/?eImpresa=1058&id=4531>

PRECIOS SERVICIOS ODONTOLOGICOS ARGENTINA

Implantes dentales

Utilizamos **Implantes Dentales Nobel Biocare** (procedencia Suecia) y clones con protocolo atraumático sin incisiones ni puntos. TÉCNICA INDOLORA. Sistema de cirugía guiada. Menos tiempo de espera (2-3 meses) para la integración al hueso. Posibilidad de darle función inmediata al implante dental (24-48hs). En Oral Health, nos es grato poder ofrecer esta terapéutica de última generación a un precio muy accesible.

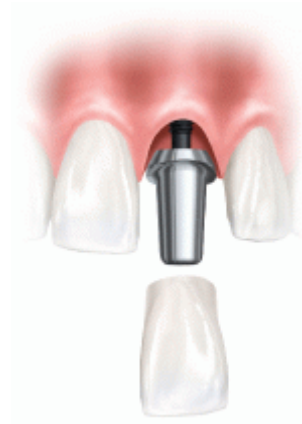
Implante Dental.



Desde \$ 1500

Esquema de implante dental

Corona sobre implante dental.



Desde \$ 1500

Corona dental sobre implante dental

**Prótesis dental completa
removible retenida por
broches sobre 2 implantes
dentales.**

Desde \$ 4500

Prótesis dental total removible
sobre implantes dentales



**Prótesis dental completa fija
sobre múltiples implantes
dentales**

desde \$ 15.000 por maxilar

Prótesis dental total fija sobre
implantes dentales



Coronas Dentales de Cerámica sin metal

Las Coronas de Cerámica Pura son lo último en prótesis dental, pudiendo ser realizadas de forma artesanal o mediante diseño y manufactura asistido por computadora permitiendo acortar los tiempos de tratamiento habituales. Las mismas poseen alta estética y excelentes propiedades ópticas y mecánicas, ya que no se utiliza metal para su confección.

Corona Dental de cerámica pura en diente posterior \$ 1000

Corona Dental de cerámica pura en diente anterior \$ 1200

Blanqueamientos Dentales

Gracias al desarrollo de nuevos productos, los Blanqueamientos Dentales forman parte de un tratamiento dental global. Los resultados son instantáneos y se mantienen en el tiempo. El paquete blanqueamiento express incluye:

Limpieza con spray de bicarbonato + blanqueamiento en el consultorio e hora + cubetas a medida para blanqueamiento + producto de blanquear ambulatorio (Ultradent, USA) + controles y seguimiento del caso

Blanqueamiento dental Express \$ 700

Gracias por su interés en nuestra clínica, la atención es totalmente personalizada y realizada por sus dueños. Todos los trabajos son de máxima calidad y se realizan íntegramente en nuestras instalaciones. Poseemos nuestro propio laboratorio dental y tenemos amplia experiencia en prótesis sobre implantes y pacientes en tránsito. Debido a que desconocemos cual es su requerimiento específico, a continuación le enviamos la información inherente a prótesis dentales totales sobre implantes.

Prótesis total fija sobre implantes cargada de manera inmediata. Obviamente hay que adaptar el protocolo general al caso de cada paciente, pero en líneas generales un tratamiento tipo sería:

1er viaje: Tratamos primero el maxilar superior colocando un mínimo de 6 implantes y confeccionando una prótesis provisoria fija la cual instalamos 24/48 hs luego de la cirugía. Luego de eso debería quedarse unos días más para controles. Luego del procedimiento se debe seguir una dieta controlada, sin comer alimentos duros durante dos meses.

Costo total por maxilar (extracciones + implantes + carga inmediata): \$ 12000 + IVA

2do viaje (4 meses más tarde): Confeccionamos las prótesis definitivas en cada uno de los maxilares. Existen dos posibilidades según la elección del material de construcción: Porcelana-metal o resina-metal.

Costo de prótesis total fija porcelana-metal por maxilar: \$ 7500 + IVA

Costo de prótesis total fija resina-metal por maxilar: \$ 5000 + IVA

Si Ud. me envía un estudio radiográfico podremos realizar un presupuesto acorde a sus necesidades. Lo ideal es una radiografía panorámica, la misma la por mail o por correo postal.

Atentamente,

OralHealth Odontología

Le damos la bienvenida a Aesthetic Up y le agradecemos se haya contactado con nosotros.

Mi nombre es Maria y estaré para ayudarlo en todo lo que necesite para programar su viaje médico.

Entiendo que usted desea realizarse un X PROCEDIMIENTO y que está considerando Argentina, Buenos Aires como destino médico. Dicha elección le permite ahorrar entre un 40% y 60% con respecto a otros destinos, manteniendo la misma calidad, el cuidado médico y el profesionalismo que equiparan a los mejores de la clase mundial.

Puede corroborar la experiencia y calidad que caracterizan al Dr. Robles y a todo su equipo profesional, así como el confort y el cumplimiento de las más exigentes normas de seguridad con que cuenta la Clínica Robles para que la instancia quirúrgica y su estadía durante el post operatorio sean amenas y seguras.

Para realizar su presupuesto, me ayudaría saber la fecha en que tiene pensado venir a la Argentina, así chequeo disponibilidad en quirófanos y promociones vigentes.

Por favor envíenos una radiografía panorámica para una mejor evaluación profesional.

Espero su respuesta y quedo a su disposición para lo que necesite. Nuevamente, gracias por contactarnos y esperamos cumplir con todas sus expectativas.

Saludos,

AESTHETIC UP

Hola te envío para que tengas idea de los precios. Me puedes preguntar lo que quieras. Somos un grupo de profesionales especializados en cada área. Avísame cuando te gustaría venir y te organizo algunos viajes. Mi esposa es profesora de inglés y me ayuda, ahora no mucho porque esta embarazada.

1 Implante dental dolares.590.

1 obturación para caries dolares.40.

1 tratamiento de conducto hecho por especialista dolares140.

1 corona estética de porcelana con perno incluido dólares 490.

Limpieza dental dólares 40, no es blanqueamiento.

Pd: Espero comentarios.

Saludos.

Dr. Adrian Mainieri titular de Las Condes.

Estimado:

La pérdida de piezas dentarias además de causar alteraciones para ingerir alimentos, hablar y producir modificaciones estéticas, no permite una vida plena.

Los implantes dentales son la opción más segura y duradera del tratamiento para la reposición de los dientes perdidos, pues son los que más se parecen al diente natural, además promueven mejor calidad de vida devolviendo la apariencia de su sonrisa, proporcionando seguridad y confort en la masticación, al hablar y eliminar mucha inseguridad asociada a las dentaduras.

La sonrisa es uno de los factores estéticos más importantes, inherentes a la persona. Una sonrisa bonita y atractiva ofrece una imagen positiva y estimula al individuo a sonreír con tranquilidad y naturalidad. Una boca ordenada, sana y armónica da seguridad en uno mismo. Cada cambio estético debe realizarse de un modo personalizado, de acuerdo con los criterios y deseos de cada persona. En Dental Esthetic somos una clínica de estética e implantología odontológica que contamos con la tecnología y profesionales capacitados para personalizar cada tratamiento estético y de esta manera garantizar la satisfacción de cada uno de nuestros pacientes.

Los implantes son sustitutos artificiales de las raíces de los dientes naturales. Están hechos de titanio, un metal altamente compatible con el cuerpo humano y que no causa daño en el organismo. Se colocan en el hueso maxilar o mandibular creando una base sólida sobre la que se pueden poner coronas individuales o prótesis completas

Cada implante tiene un costo de \$1400 cada uno, 4 o 5 implantes y sobre estos una barra y la prótesis, más abajo le haremos un presupuesto de este tratamiento, en nuestra página en la parte de implantología en el cuarto video muestra gráficamente como es dicho tratamiento.

Se realiza en 2 etapas, la primera en donde se colocan todos los implantes en una sola sesión y luego de 2 o 3 meses, tiempo necesario para que se

produzca lo que se denomina osteointegración (unión hueso-implante) la segunda etapa, donde se coloca la barra y la prótesis, durante ese tiempo el paciente usa provisorios.

-Arreglos estéticos: \$200 C/u

-Pernos y corona: \$1800 c/U

Sacarse el nervio se debería realizar un tratamiento de conducto cuyo (endodoncia) valor es de \$400.

Presupuesto de prótesis sobre implantes:

Cuando faltan todas las piezas dentales en un maxilar, se pueden colocar 4 o 5 implantes, sobre éstos una barra metálica y sobre ésta, una prótesis.

La prótesis es removible y se sostiene por medio de unos broches dándole retención, estabilidad y confort, permitiéndole hablar y comer con naturalidad.

El presupuesto sería de:

Implantes 4x\$1400.....	\$5600
Barra.....	\$2800
Prótesis.....	<u>\$1900</u>
Total.....	\$10300

Se abonan los implantes en la primera etapa, y la barra y la prótesis a los cuatro meses.

De todas maneras necesitaría más detalles así le podemos pasar un plan de tratamiento y presupuesto más exacto.

Si lo desea nos puede enviar un número de teléfono así nos contactamos con usted y poder despejar las dudas que tenga o bien a través de este medio.