



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE BRINDE SERVICIOS
DE TURISMO MÉDICO ESPECIALIZADO EN ODONTOLOGÍA EN LA PROVINCIA
DE PICHINCHA Y LA AVENIDA DE LOS VOLCANES

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos
para optar por el título de Ingeniera Comercial con Mención en Administración
de Empresas

Profesor Guía

Marco Antonio Jaramillo Racines

Autora

Pamela Alexandra Benitez Altuna

Año

2016

DECLARACIÓN PROFESOR GUÍA

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

Marco Antonio Jaramillo Racines,
MBA.
C.I.: 1715988059

DECLARACIÓN DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE

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

Pamela Alexandra Benítez Altuna
C.I.: 171595905-0

AGRADECIMIENTOS

Primero quiero agradecer a Dios y a la vida por la oportunidad brindada para poder ser mejor cada día a pesar de todos los inconvenientes que existan en el camino.

A mi madre y a mis hermanos quienes a través de su apoyo incondicional han sido mi guía y soporte para la elaboración de este proyecto.

A mi tutor Marco Jaramillo, a mis amigos y cuñada quienes me aportaron con ideas y su tiempo para que este proyecto se pueda hacer realidad.

Pame B.

DEDICATORIA

El presente trabajo dedico a Dios, ya que gracias a él he logrado culminar mi carrera. Dedico también este trabajo a mi padre, quien ha sido siempre mi guía a pesar del tiempo y el espacio.

Pame B.

RESUMEN

Este plan de negocios consiste en la creación de una empresa de nombre “OdontoTour”. En el cual se desea promover el sector turismo médico, debido a que Ecuador es el dueño de un gran atractivo turístico demandado a nivel mundial y el desarrollo del en el sector de la salud es muy positivo; sin embargo para la elaboración del proyecto nos enfocaremos únicamente en la odontología por ser uno de los servicios médicos más demandados a escala mundial.

Esta empresa está dirigida a un segmento de hombres y mujeres con edades comprendidas entre 15 y 69 años, residentes en el estado de Texas, en Estados Unidos. Por lo tanto el plan de marketing se realizará a través de la tecnología y de las personas que tienen nacionalidad ecuatoriana y residen en Estados Unidos.

Se propone este plan de negocios como la creación de una pequeña empresa por lo que la nómina únicamente contará con 7 personas multifuncionales mientras que la empresa logra posicionarse a nivel país y después a nivel Latinoamericano.

El negocio será constituido como compañía limitada, con la participación de dos socios quienes aportarán el 30% del capital repartido en partes iguales y el 75% restante será financiado a 5 años.

El presente plan de negocios se ha desarrollado en doce capítulos, en los cuales se ha detallado paso a paso cada proceso de esta propuesta, donde se implementan las diferentes estrategias a ser usadas para alcanzar el número de ventas deseado.

ABSTRACT

This business plan is the creation of a company called "OdontoTour". In which they wish to promote medical tourism industry, because Ecuador owns a great worldwide tourist attraction and the development in the health sector is very positive; however in this project development we will focus solely on dentistry as one of the most requested medical services.

This company is aimed to a segment of men and women aged between 15 and 69 years old, they will be residents in the state of Texas, in the United States. Therefore the marketing plan will be through technology and people who is Ecuadorian but resides in the United States.

This business plan is proposed as a small business, so the payroll will only have 7 multifunctional people, while the company achieves a good level in the country and then a good position in the Latin American level.

The business will be established as a limited company, with the participation of two partners who provide 30% of the capital divided equally and the remaining 75% will be financed to 5 years.

This business plan has been developed in twelve chapters, which have been detailed step by step each process, where the different strategies to be used will be implemented to achieve the desired number of sales.

ÍNDICE

1. ASPECTOS GENERALES.....	1
1.1 Antecedentes	1
1.1.1 Objetivos Generales	2
1.1.2 Objetivos Específicos	2
1.1.3 Hipótesis	3
2. LA INDUSTRIA, LA COMPAÑÍA Y LOS PRODUCTOS O SERVICIOS	4
2.1 La Industria	4
2.2 Tendencias	5
2.3 Estructura de la Industria.....	6
2.3.1 Análisis PESTEL.....	6
2.3.1 Tipos de Turismo	12
2.3.2 Factores económicos y regulatorios	14
2.3.3 Canales de distribución.....	18
2.3.4 Las 5 fuerzas de Porter.....	20
2.4 La compañía y el concepto del Negocio	22
2.4.1 La idea y el modelo del negocio	23
2.4.2 Estructura legal de la Empresa	23
2.4.3 Misión, Visión y Objetivos	24
2.5 El producto o Servicio	27
2.6 Estrategias de ingreso al mercado y crecimiento	32
2.7 Análisis FODA.....	33
3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y SU ANÁLISIS.....	34
3.1 Mercado Relevante y Cliente Potencial	34
3.1.1 Mercado Objetivo.....	34
3.1.2 Segmentación de Mercado	35
3.2 Tamaño del Mercado y Tendencias.....	36

3.2.1 Tamaño de mercado.....	36
3.2.2 Tendencias de mercado	37
3.3 La Competencia y sus Ventaja	50
3.4 Participación de Mercados y Ventas de la Industria	50
3.5 Evaluación del mercado durante la Implementación	51
4. PLAN DE MARKETING	52
4.1 Estrategia general de Marketing.....	52
4.1.1 Posicionamiento.....	52
4.1.2 Declaración de posicionamiento	53
4.1.3 Imagen.....	53
4.2 Política de precios.....	55
4.3 Táctica de Ventas.....	56
4.4 Política de servicio al cliente y garantías.....	57
4.5 Promoción y Publicidad	58
4.6 Distribución	60
4.7 Producto	60
4.7.1 Paquete A.....	61
4.7.2 Paquete B	63
4.7.3 Paquete C.....	67
5. DISEÑO Y PLANES DE DESARROLLO.....	74
5.1 Estado actual de desarrollo y actividades pendientes.....	74
5.2 Dificultades y riesgos.....	75
5.3 Mejoramiento del producto y nuevos productos	77
5.4 Costos de desarrollo proyectados	78
5.5 Propiedad intelectual (patentes y licencias).....	78
6. PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN	81
6.1 Estrategia de operaciones.....	81
6.2 Ciclo de operaciones	82

6.3	Requerimiento de Equipos y Herramientas	83
6.4	Instalaciones y Mejoras	83
6.5	Localización Geográfica y Requerimiento de Espacio Físico.....	83
6.5.1	Macro localización	84
6.5.2	Micro localización.....	84
6.5.2.1	Factores Críticos.....	84
6.6	Capacidad de Almacenamiento y Manejo de Inventarios.....	84
6.7	Aspectos Regulatorios y Legales	84
7.	EQUIPO GERENCIAL.....	86
7.1	Estructura organizacional	86
7.1.2	Organigrama.....	86
7.2	Personal administrativo clave y sus responsabilidades	86
7.2.3	Descripción de funciones y cargo	86
7.2.4	Equipo de trabajo.....	88
7.3	Compensación a administradores, inversionistas y accionistas	90
7.4	Políticas de empleo y beneficios	90
7.5	Derechos y restricciones de accionistas e inversores.....	91
7.6	Equipos de asesores y servicios	92
8.	CRONOGRAMA GENERAL	93
8.1	Actividades necesarias para poner el negocio en marcha	93
8.2	Diagrama de Gantt.....	94
8.3	Riesgos e imprevistos	95
9.	RIESGOS CRÍTICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS... 96	
9.1	Supuestos y Criterios Utilizados	96
9.1.1	Análisis PESTEL.....	96
9.1.1.1	Análisis Político y Legal	96

9.1.1.2 Análisis Económico.....	96
9.1.1.3 Análisis Social.....	96
9.1.1.4 Análisis Tecnológico	97
9.1.1.5 Análisis Ecológico	97
9.1.2 Otros Supuestos y Criterios	97
9.1.2.1 Tamaño del Mercado Objetivo	97
9.1.2.2 Número de Personal	97
9.1.2.3 Establecimiento Geográfico	98
9.2 Riesgos y Problemas Principales	98
9.2.1 Riesgos durante el Desarrollo.....	98
9.2.1.1 Acceso a Crédito.....	98
9.2.1.2 Regulatorios y Cumplimiento	98
9.2.1.3 Reducción de Costos.....	99
9.2.1.4 Participantes no Tradicionales	99
9.2.2 Riesgos dentro del Cronograma General	100
10.1 Inversión inicial	101
10.2 Fuentes de ingresos	101
10.3 Costos fijos, variables	104
10.3.1 Costos fijos	104
10.3.2 Costos variables	105
10.4 Estado de resultados proyectado.....	106
10.5 Balance general proyectado.....	107
10.6 Flujo de efectivo proyectado.....	109
10.7 Punto de equilibrio	110
10.8 Control de costo	111
10.8.1 Análisis de sensibilidad.....	111
10.8.2 Escenarios	112
10.8.3 Índices financieros	115
10.9 Valoración	116
11. PROPUESTA DE NEGOCIO	118

11.1	Financiamiento deseado	118
11.2	Estructura de capital y deuda buscada.....	118
11.3	Capitalización.....	118
11.4	Uso de fondos.....	119
11.4.1	Activos Tangibles.....	119
11.4.2	Activos Intangibles	119
11.4.3	Capital de Trabajo (3 Meses).....	119
12.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	120
12.1	Conclusiones.....	120
12.2	Recomendaciones	121
	REFERENCIAS	123
	ANEXOS	128

1. CAPÍTULO I. ASPECTOS GENERALES

1.1 Antecedentes

El turismo médico ha sido una de las más grandes iniciativas en los últimos años a escala mundial y Ecuador se encuentra en el mejor momento para desarrollar esta iniciativa ya que el gobierno está realizando campañas que impulsan el turismo, por lo tanto cualquier tipo de iniciativas relacionadas con este ámbito tendrán una gran acogida.

Una de las principales razones por las cuales es viable realizar este estudio es debido a que Ecuador es dueño de un gran atractivo turístico demandado a nivel mundial y mantiene un buen nivel de desarrollo en el sector de la salud. Por lo tanto, aprovechar estas dos características del país me permitirá elaborar un buen plan de negocios que sea rentable para futuras inversiones en el turismo médico del Ecuador.

Para este proyecto voy a enfocarme en el campo de la medicina odontológica, debido a que, según un estudio realizado por la revista vistazo, en el mundo uno de los servicios médicos más solicitadas es la odontología. (Revista vistazo)

Adicionalmente, según un estudio de Deloitte, el turismo médico 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. (Revista vistazo)

Esta tendencia seguirá en aumento mientras los costos hospitalarios, médicos, dentales, cirugía estética y medicamentos, como se predice, sigan en forma ascendente.

Para complementar este análisis se ha podido identificar que uno de los factores relevantes para este estudio es que los precios de los tratamientos

odontológicos entre Estados Unidos y Ecuador tienen una relación estimada de 5 a 1, lo que quiere decir que si en Estados Unidos el tratamiento tiene un costo de \$5000 en Ecuador costará \$1000. Por lo tanto de esta relación dependerá la viabilidad financiera de esta tesis.

Este proyecto va a contribuir en el desarrollo del país, ya que me podré especializar en la medicina odontológica y preservar de mejor manera toda la biodiversidad que el país posee. Adicionalmente con este proyecto tendré mayor inversión extranjera lo que va a mejorar la calidad de vida de muchos sectores sociales del país que actualmente no cuentan con todos los recursos básicos para un desarrollo digno.

1.1.1 Objetivos Generales

Realizar un plan de negocios enfocado en brindar servicios de turismo médico odontológico en la provincia de Pichincha y la avenida de los Volcanes para ciudadanos de los Estados Unidos, que sea rentable para el año 2016.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Determinar el medio de comunicación más idóneo que me brinde una mayor comercialización dentro de los primeros 6 meses.
- Determinar los sitios turísticos del Ecuador más visitados por las personas Estadounidenses en los últimos años para poder focalizarnos en esas áreas.
- Determinar y establecer las mejores alianzas en el ámbito odontológico y turístico durante los primeros tres meses de funcionamiento para poder brindar la mejor calidad dentro del sector.
- Establecer el tamaño del mercado para así poder definir el capital económico necesario para la ejecución del proyecto en el año 2015.
- Investigar y analizar la industria del Turismo Médico en la Provincia de Pichincha.

- Analizar el mercado para determinar los clientes potenciales a los cuales se va a dirigir el proyecto.
- Desarrollar un plan de Marketing para el análisis del posicionamiento de la empresa en el mercado objetivo y los segmentos mas relevantes
- Diseñar un modelo organizacional y administrativo conforme a las necesidades de la empresa de turismo medico en la Provincia de Pichincha y la Avenida de los Volcanes.
- Realizar un análisis financiero para determinar la viabilidad del negocio mediante los flujos de efectivo disponibles

1.1.3 Hipótesis

Con el plan de negocios que se busca realizar, determinaremos la viabilidad de la comercialización del turismo médico en Ecuador.

2. CAPÍTULO II. LA INDUSTRIA, LA COMPAÑÍA Y LOS PRODUCTOS O SERVICIOS

En este capítulo se busca realizar un estudio acerca de la industria del Turismo Médico en Ecuador.

2.1 La Industria

El turismo médico está creciendo aceleradamente en América Latina, debido a los bajos costos que se manejan y la cercanía a varios países como Estados Unidos y Canadá.

Los estudios realizados por el Equipo editorial de turismomedico.org establecen que el volumen de pacientes y acompañantes que viajan por motivos de salud han incrementado de un 25% a un 30% anual y los ingresos de un 37% a un 40% cada año. (Equipo editorial de turismomedico.org)

Tomando en cuenta este dato podríamos decir que el turismo médico es un negocio que se encuentra en pleno apogeo y del cual se podrán obtener grandes ganancias si se lo maneja de la mejor manera; es decir con todas las seguridades y certificaciones que se ameritan para poder generar un respaldo y un mayor reconocimiento a nivel mundial.

Es importante destacar que el Ecuador tiene las posibilidades necesarias tanto en medicina como en el ámbito turístico para poder despegar de la mejor manera en este campo el cual es todavía muy nuevo.

Podemos tomar como ejemplo el caso de Costa Rica, el cual es uno de los pioneros en esta industria y el cual ha tenido gran acogida por parte del mercado Estadounidense; es tan fuerte el impacto que este país ha tenido dentro de la industria que muchos países latinoamericanos los consideran como un ejemplo a seguir.

2.2 Tendencias

El Turismo Médico o también considerado como Turismo de Salud es una de las tendencias más grandes a nivel mundial, por lo que alrededor de 50 naciones han declarado el Turismo Médico de interés nacional, precisa un estudio realizado por el bufete Calvet & Asociados, el que toma como fuente ENCUESTAS de la Medical Tourism Association (MTA). (Equipo editorial de turismomedico.org)

Los países más desarrollados como es el caso de Estados Unidos y Canadá manejan una gama de precios muy elevados y el tiempo de espera para poder acceder al servicio de salud es bastante amplio, por lo que varios ciudadanos se ven en la obligación de buscar nuevas alternativas a precios más accesibles, lo que genera que los pacientes vean la necesidad de viajar a otros países que les brinden los mismos servicios de salud con un valor agregado que en este caso sería considerado el tema del turismo; los países Latinoamericanos especialmente han visto la oportunidad de crear paquetes turísticos que incluyan el tratamiento de salud que el paciente está buscando.

Esto genera un ganar-ganar, ya que el paciente tiene la oportunidad de conocer el país y poder solventar el problema de salud que tiene en el momento; por lo que se genera un ingreso mayor al país.

La Industria del Turismo médico genera grandes oportunidades para el país que ofrece este tipo de servicios, ya que de esta manera se ve en la obligación de cada vez ir mejorando todos los sectores que el país posee; al igual que buscar superar a los países que ofrecen las mismas oportunidades a los pacientes.

Al momento de buscar la mejora continua se podrá detectar los puntos más débiles que se registrar dentro de la cadena de valor, una vez solucionados todos los cuellos de botella que pudieran existir será capaz de generar la mejor

impresión dentro del paciente y garantizar una próxima visita o a su vez la recomendación de los servicios ofrecidos.

2.3 Estructura de la Industria

2.3.1 Análisis PESTEL

POLITICO Y LEGAL

Hasta el momento no existe ninguna ley o política relacionado con el turismo médico, sin embargo es de vital importancia que el gobierno nacional se involucre y declare que el turismo médico es de interés nacional.

Cabe recalcar que los pacientes deben acudir a recibir atención de profesionales avalados y sobre todo en clínicas y hospitales con las garantías necesarias.

“La medicina nunca debe olvidar su lado humano y social”, manifiesta Julio Molina, director de Salud de la Provincia, quien informó ante esta demanda emprenderán acciones de control con la finalidad de que se cumplan con las garantías para las personas intervenidas y sobretodo se controlen los precios, a fin de que no existan abusos. (El Mercurio, 2010)

“Las personas afectadas podrán denunciar cualquier anomalía en la Dirección de Salud, con la reserva del caso”, reiteró. (El Mercurio, 2010)

Matías Abad, vicepresidente ejecutivo de la Cámara de Comercio de Cuenca asegura que es necesario establecer una política pública respecto a la presencia de extranjeros, “pues hay gente que piensa que la llegada de los extranjeros encarece la vida y que ellos utilizan los servicios básicos a precios preferenciales”.

Por eso, dice, se debería conformar una mesa de diálogo con las autoridades locales y nacionales para tratar la corriente migratoria que se ha generado. (El Tiempo, 2012)

En cuanto a la parte turística, la ley del turismo indica lo siguiente:

Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.

- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación.
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística.
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos.
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística.
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado.
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a) Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley.
 - b) Dar publicidad a su categoría.
 - c) Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento.
 - d) Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra.
 - e) No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.
- (Turismo, 2008)

Es importante recalcar que para la realización de este proyecto se busca generar alianzas estratégicas con hospitales y agencias de turismo, que garanticen y avalen que todos los procesos internos que se manejan internamente cumplen con todos los requisitos que la ley dispone, para lo cual se realizarán estudios previos que garanticen las seguridades del caso.

ECONÓMICO

El sector económico en la actualidad no es el más favorable para el país debido al bajo precio que el petróleo mantiene al momento; debido a este problema es necesario ver una nueva fuente de ingresos para el país y la industria del Turismo es una gran oportunidad.

Según el INEC Ecuador registró una inflación anual de 3,38% en el 2015.

Por otro lado los precios del consumidor aumentaron en 0,11% en diciembre del 2014, el cual tuvo una inflación de 3,76%. (El Universo, 2016).

De acuerdo al análisis económico presentado por Ecuador Potencia Turística, Estados Unidos representa un 16,62% de las llegadas de extranjeros a Ecuador, antecedido únicamente por Colombia, lo que respalda el propósito de la investigación; países como Perú y Venezuela se encuentran en tercer y cuarto lugar respectivamente debido a la cercanía que existe, lo que hace posible su favorable posición con respecto a otros países en el 2014. (Turismo en Cifras, 2014)

El turismo es la tercera fuente de ingresos no petroleras con casi 1500 millones de dólares después del banano y el camarón, sin embargo se espera que para el año 2018 el Gobierno supere estos ingresos y coloque al sector turístico como la primera fuente de ingresos no petroleros del país. Según el presidente Rafael Correa, la participación promedio mundial del turismo en cuanto al PIB representa el 9,5% mientras que el Ecuador se encuentra por debajo de la media con 5,3%, por lo que la meta para el año 2020 es duplicar los ingresos

por turismo de la media mundial. (Gobierno se plantea metas ambiciosas para el turismo, 2015)

SOCIAL

Cabe recalcar que el ingreso de turistas al Ecuador genera impactos positivos tanto como negativos, debido a que la globalización obliga a que se establezca una cultura compartida, por lo que el turismo es uno de los principales factores en este proceso.

El sector social en el ámbito del turismo y la medicina odontológica es de vital importancia, ya que con el crecimiento de ambas industrias se podrá mejorar la calidad de vida de las personas, debido al ingreso de capital que se obtendrá por parte de las personas que ingresarán al país, con el objetivo de tener un servicio de medicina odontológica y de turismo alrededor de la provincia de Pichincha y la Avenida de los Volcanes.

Es importante mencionar que mediante el turismo la infraestructura mejora de manera significativa debido a la demanda que existe, adicional se supone un intercambio cultural, en el cual los ecuatorianos se verían beneficiados mediante nuevas ideas y competencias debido a la necesidad de aprender otro idioma.

En los últimos años Ecuador ha incrementado significativamente sus recursos destinados al sector social, de 2007 a 2010 ha triplicado los recursos para educación y salud. Anualmente se destinaba unos \$1000 millones a educación y ahora se destina más de 3500 millones. En salud se presupuestaba 500 millones mientras que ahora se tienen alrededor de los 1700 millones. Estos cambios son consecuencia de una serie de medidas para la transformación de las políticas económicas que buscan lograr beneficios reales para los ciudadanos, afirmó el canciller y ex ministro de economía, Ricardo Patiño, durante su participación en el taller internacional “Avances de la Nueva Arquitectura Financiera Regional y las Auditorías de la Deuda”, realizado en Quito del 13 al 15 de febrero. (Fedaeaps, 2012)

Sin embargo los aspectos negativos podrían provocar la pérdida de valores culturales y eventos tradicionales propios del país y en ciertos casos el desplazamiento de comunidades rurales. Estos aspectos van a influir directamente en las personas debido a la globalización.

TECNOLÓGICO

Es necesario reconocer que la medicina odontológica ha tenido grandes avances en la tecnología, sin embargo se ha dejado de lado la parte humana y emocional de las personas; es por este motivo que se considere que sería de mucha conveniencia dar un mayor impulso a la odontología Neurofocal, la cual es 100% preventiva. (Calderón, 2012) Adicional es necesario reconocer que hoy en día la odontología operatoria trata de conservar la mayor cantidad de tejido sano, aplicando técnicas cada vez más conservadoras y materiales muy sofisticados. La incorporación de la tecnología Laser puede abrirnos un gran campo a futuros y nuevos tratamientos para brindar así soluciones a los problemas de nuestros pacientes. (Odontólogos Ecuador)

El hecho de existir constantes avances en el ámbito odontológico puede brindar mayor confianza y seguridad dentro de los pacientes que están buscando una solución a sus problemas dentales; por lo tanto sería un punto a tomar en cuenta al momento de decidir el país en el cual se desea realizar el tratamiento. Según la Ministra de Salud, Margarita Guevara la inversión en la Salud ha aumentado paulatinamente desde el 2006, el cual tuvo una inversión de 400 millones; en el año 2015 el país tuvo una inversión en salud de 2517 millones. (Andes, 2016) Esto ocasiona que la tecnología mejore cada vez mas dentro del país para poder ser totalmente competitivos en este mercado.

ECOLÓGICO

En el Ecuador se empezó a realizar una campaña llamada "All you need is Ecuador" la cual tiene como objetivo potenciar al Ecuador como destino turístico, el mismo está enfocado en la ecología y la aventura.

La ecología va muy de la mano con el sector turístico ya que al tener mayor ingreso de turistas existe mayor probabilidad de que exista contaminación; sin embargo es de vital importancia realizar una campaña para poder reforzar el tema del medio ambiente en el Ecuador.

El hecho que genera que el gobierno esté brindando tanto apoyo al sector turístico es una ayuda muy grande dentro de la industria del turismo médico ya que de esta manera se puede dar a conocer de mejor manera todo lo que el Ecuador posee, lo que generará mayor interés dentro de los pacientes de conocer este hermoso país.

2.3.1 Tipos de Turismo

El turismo es una manera en la cual usamos el tiempo libre y es una forma de recreación. El turismo puede estar relacionado con la educación, el placer, el descanso, la recreación o algún tipo de actividad. Es por este motivo que se clasifica al turismo de la siguiente manera:

Turismo de Descanso: Este turismo es también conocido como modelo de “sol y playa”, las características principales de este turismo es que es de gran escala, concentrado desde el punto de vista de la oferta y masificado desde el punto de vista de la demanda. (Pulgarín, 2011)

Turismo Científico: Este turismo tiene como principal objetivo abrir las fronteras para la investigación y de esta manera ampliar y complementar los conocimientos. (Pulgarín, 2011)

Turismo de Aventura: Este turismo es considerado como alternativo y es uno de los cuales mayores expectativas genera a su alrededor, puede ser por el término que este evoca, o por el misticismo y tabúes que se generan en su entorno. (Pulgarín, 2011)

- **Ecoturismo:** Este tipo de turismo tiene se define como viajes responsables, los cuales conservan el entorno y sostienen el bienestar de las comunidades locales. El ecoturismo tiene una modalidad donde el aventurero explora zonas naturales, poco desarrolladas y sensibles culturalmente mientras las mismas se mantienen intactas y sin ser modificadas. (Turismo-Aventura)
- **El Turismo Accesible:** Tiene una combinación de aventura fuerte y suave; ya que brinda excursiones a personas con limitaciones de movimiento y puede también ser orientada a actividades extremas como es el caso del rafting. Busca generar un alto nivel de adrenalina que no es fácil obtenerla en otras circunstancias. (Turismo-Aventura)
- **Turismo de Emoción:** Este turismo es mucho más fuerte y el más conocido, por lo que este tipo de turismo implica una gran descarga de adrenalina y sensación de peligro; para este tipo de turismo podemos mencionar al parapente, el montañismo, escalada en roca, etc. (Turismo-Aventura)
- **El Enoturismo:** este es un tipo de turismo suave, en el cual las personas se ponen en contacto con otras personas y otras culturas alrededor del mundo. Este turismo se caracteriza por el recorrido de áreas poco desarrolladas y con riesgo elevado, pero las empresas encargadas buscan minimizar cualquier riesgo o peligro para proteger la vida de los involucrados. (Turismo-Aventura)

Turismo Cultural: Este turismo se realiza con el dese de ponerse en contacto con otras culturas y poder conocer su identidad. (Pulgarín, 2011)

Turismo Histórico: Es aquel que se realiza en lugares que poseen un alto valor histórico; y es el mayor atractivo de las zonas que se visitan. (Pulgarín, 2011)

Turismo Religioso: La principal motivación de este turismo es la fe, lo que diferencia por completo a los otros tipos de turismo. Los puntos de mayor referencia para este tipo de turismo son Jerusalén, Roma, etc. También es de gran importancia las Iglesias y templos sagrados. (Pulgarín, 2011)

Turismo Gastronómico: El principal objetivo de este turismo es poder deleitarse y conocer los platos típicos de las diversas regiones. (Pulgarín, 2011)

Ecuador es considerado uno de los 17 países mega diversos y si se comparan las cifras registradas por unidad de área en comparación a otros países se concluye que el Ecuador es el país más biodiverso del mundo. (Biocomercio Andino, 2014)

Es por esta razón que dentro de la Provincia de Pichincha podemos disfrutar varios de los tipos de turismo mencionados anteriormente lo cual es de vital importancia y representa una ventaja competitiva frente a otros países latinoamericanos.

2.3.2 Factores económicos y regulatorios

2.3.2.1 Inflación

La inflación es el incremento continuo de los precios de bienes, servicios y factores productivos dentro de la economía de un país a lo largo del tiempo.

La inflación anual en el Ecuador en el año 2014 fue de 3,67% a comparación del año 2013 el cual cerró con una inflación de 2,07%, según el reporte del índice de Precios del Consumidor (IPC). (Ecuador cierra el 2014 con una inflación de 3,67%, 2015) Sin embargo la ciudad de Quito es la que menos inflación tuvo en el último año, con una inflación del 0,01%.



Figura 1. Inflación Nacional por Regiones.
Tomado de: (Inflación diciembre 2014).

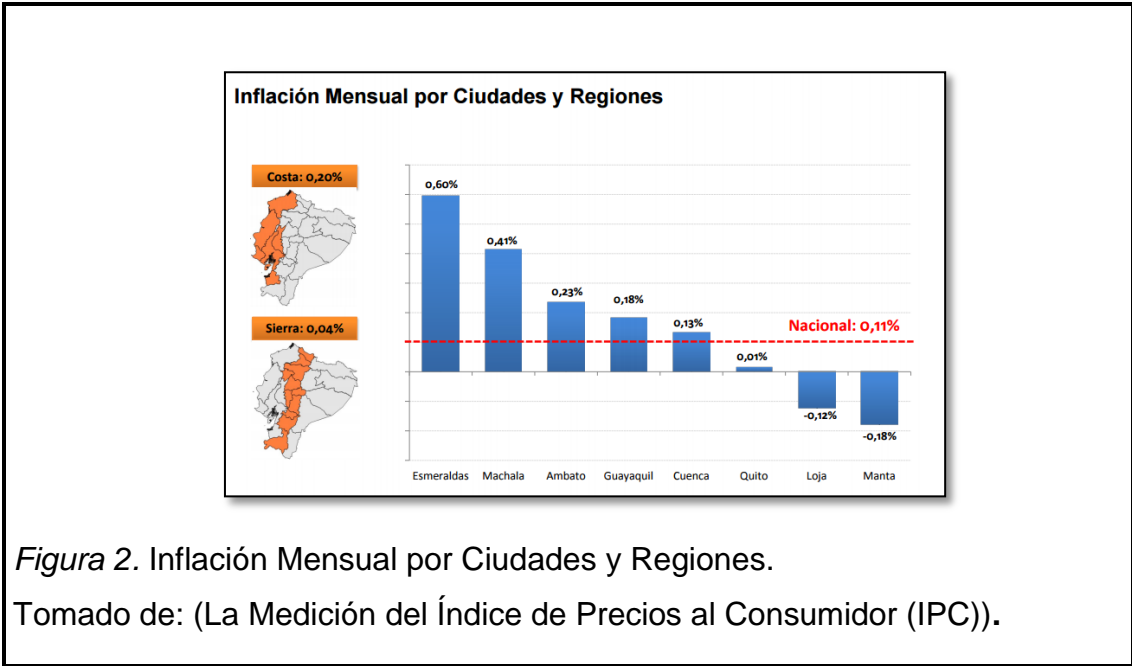


Figura 2. Inflación Mensual por Ciudades y Regiones.
Tomado de: (La Medición del Índice de Precios al Consumidor (IPC)).

Es importante mencionar que a pesar de tener una inflación a nivel país los precios que se manejan tanto en el sector turístico como en el odontológico todavía son menores a los costos que se manejan en Estados Unidos y siguen siendo competitivos dentro del mercado latinoamericano.

Inversión Extranjera Directa:

El Banco Central del Ecuador informó sobre los datos de inversión extranjera directa (IED) para el segundo trimestre del año 2013, lo cual indica que alcanzó un monto de \$276,6 millones, lo que significó un incremento en relación al primer trimestre y también respecto al periodo similar de 2012.

Del flujo recibido entre abril y junio del 2013, \$182 millones son nuevos capitales, 51,6 millones corresponden a utilidades reinvertidas y 43 millones a desembolsos netos de capital de empresas relacionadas con sus afiliadas.

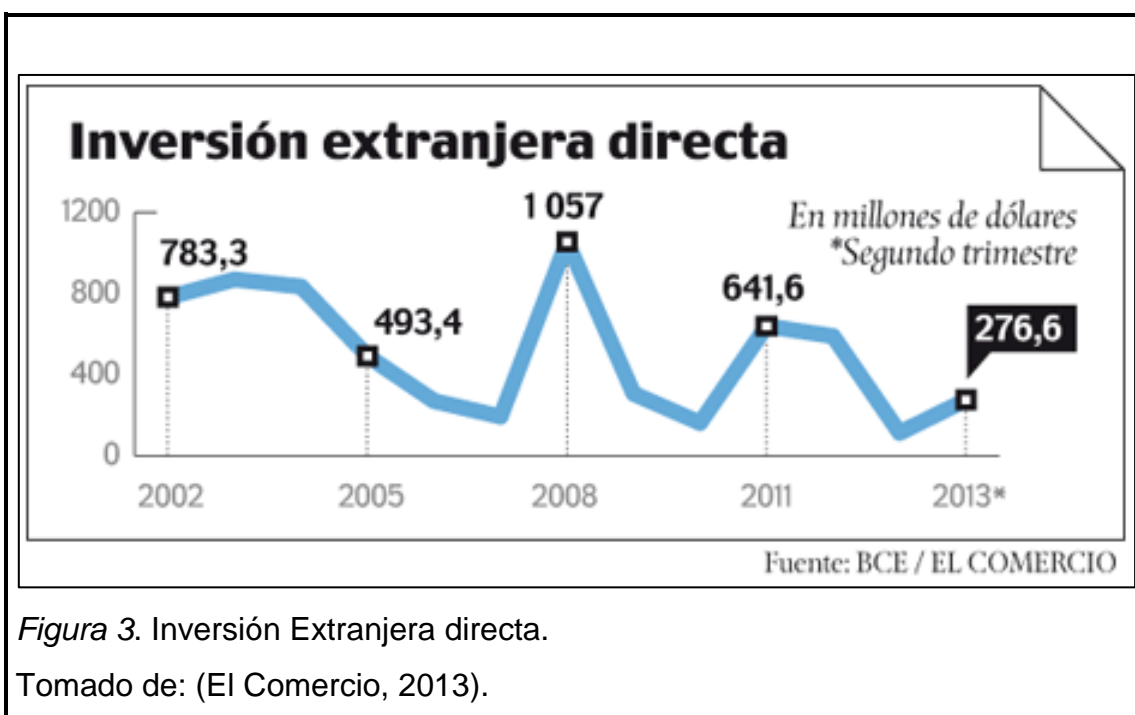


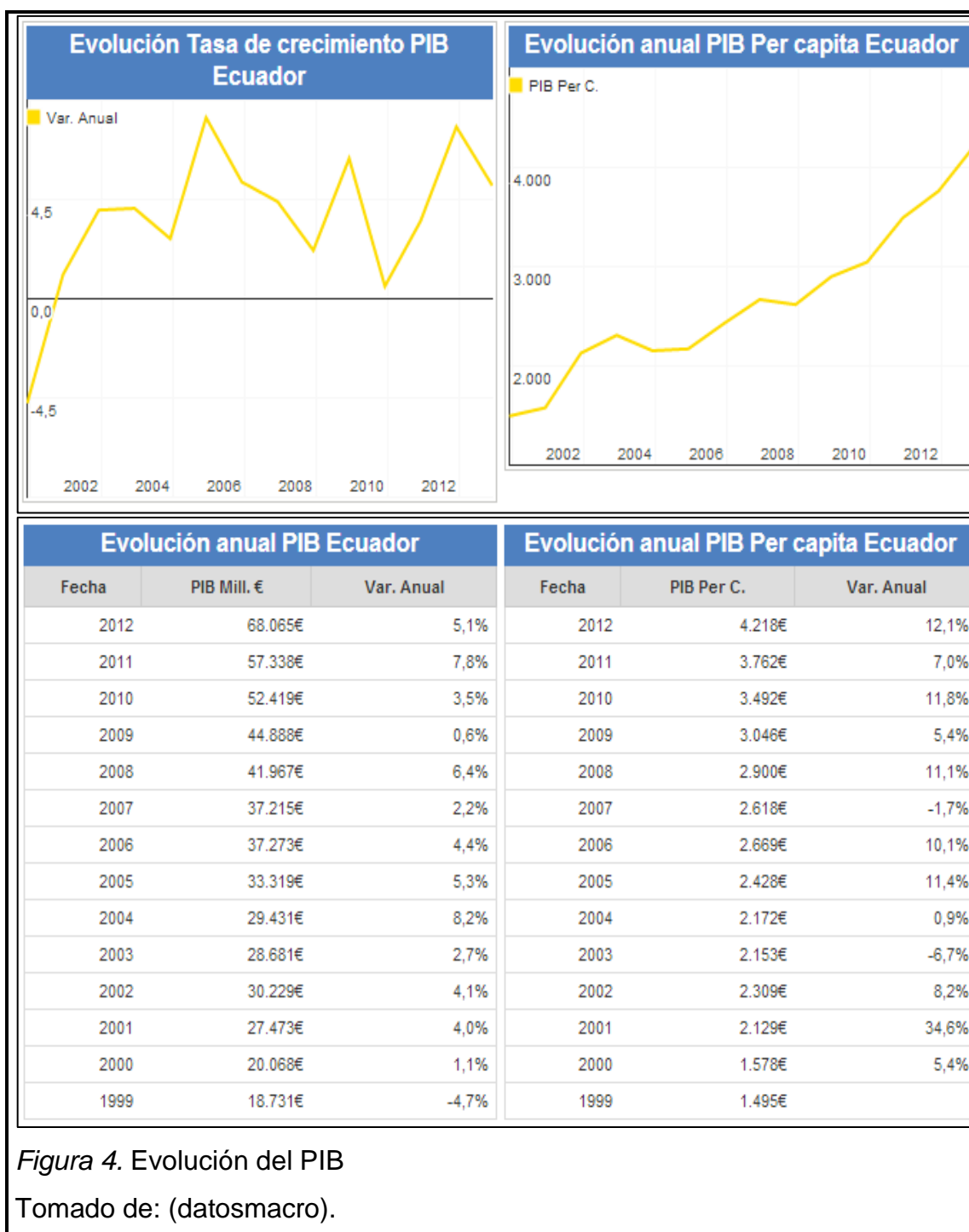
Figura 3. Inversión Extranjera directa.

Tomado de: (El Comercio, 2013).

Cabe recalcar que en el año 2012 el producto interno bruto (PIB) creció en un 5,1% con respecto al año 2011.

Producto Interno Bruto (PIB)

El PIB Per cápita de Ecuador en 2012 fue de \$4.218, \$456 mayor que el de 2011, que fue de \$3.762. Para ver la evolución del PIB per cápita resulta interesante mirar unos años atrás y comparar estos datos con los del año 2002 cuando el PIB per cápita en Ecuador era de 2.309.



En 2013 la economía del Ecuador creció en un 4,5%. Los sectores que contribuyen a este crecimiento del PIB fueron los de construcción, petróleo y minas, agricultura, manufactura, transporte, servicios sociales y salud.

Sin embargo el crecimiento de la economía ecuatoriana fue inferior al del 2012, ya que aquí se situó en el 5%, pero superior al promedio regional (2,6%) al

previsto por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), del 3,8% y la previsión inicial oficial, del 4,05%.

Según el Banco Central, la previsión de crecimiento para el 2014 se sitúa entre el 4,5% y el 5%. (Ecuavisa, 2014)

2.3.3 Canales de distribución

La mejor forma para la distribución de este servicio es a través de “Facilitadores de Turismo Médico”, estos ofrecen, información, reservaciones, organización de los viajes y manejo de los pacientes.

Estos facilitadores se encuentran principalmente en el lugar que residen los pacientes, como es el caso de Estados Unidos y en Inglaterra. Estos facilitadores se dedican a promocionar los servicios de los países o de las ciudades; sin embargo hay que tomar en cuenta que la mayoría de estos se especializan en un solo país y muy pocos promueven los servicios de varios países al mismo tiempo.

Existen varias empresas con las que hay que tratar de realizar acuerdos de mercadeo para atraer a nuevos pacientes a Ecuador, entre estas podemos mencionar a las siguientes que son las más famosas:

IndUShealth: especializada en promover turismo médico para grandes empleadores con planes de beneficios. (www.indushealth.com)



Figura 5. Indushealth

Tomado de: (www.indushealth.com)

Premier MedEscape LLC. (<https://www.premiermedescape.com>) de Palm Beach, Florida, especializada en organizar servicios en:

1. Cirugía Ortopédica
2. Cirugía Cardiovascular
3. Cirugía Cosmética
4. Cirugía Dental
5. Oftalmología
6. Cirugía General
7. Programas de reducción de Peso



Figura 6. Premier MedEscape LLC.

Tomado de: (<https://www.premiermedescape.com>)

Alliance of Worldwide Medical Partners, LLC

(<https://www.wmpmedical.com>)



Figura 7. Worldwide

Tomado de: (<https://www.wmpmedical.com>)

Es importante establecer acuerdos con los facilitadores que se encuentran a nivel mundial debido a que la competencia es muy intensa y por medio de los facilitadores tendríamos una mayor difusión entre los pacientes interesados. (Farias L. M., 2011)

2.3.4 Las 5 fuerzas de Porter

Las 5 fuerzas de Porter ayudan a realizar un análisis de como es el comportamiento del mercado y cuáles son sus tendencias ya que esto determinará la rentabilidad a largo plazo y como la empresa hará frente a las mismas.



2.3.4.1 Rivalidad entre competidores

La rivalidad entre competidores es la más intensa de las fuerzas de Porter, ya que una empresa solo tendrá éxito si tiene una ventaja competitiva frente a las otras empresas que se encuentren dentro de la Industria. Esta rivalidad también aumenta mientras crezca el número de competidores dentro de la industria. (Fernández, 2004)

La Rivalidad entre competidores es baja, ya que no hay muchas empresas dentro de Pichincha que brinden este tipo de servicio y no hay ninguna enfocada únicamente en la odontología.

2.3.4.2 Amenaza de Ingreso de nuevos competidores

Esta fuerza hace reflexionar que cuando una industria tiene un ingreso relativamente fácil, lo lógico sería pensar que es un industria competitiva; sin embargo es importante tomar en cuenta que los nuevos integrantes potenciales pueden aumentar la capacidad de la industria lo que genera que exista una reducción en los precios y los márgenes, por lo tanto se ocasiona mayor participación dentro del mercado y se genera un desequilibrio entre la oferta y la demanda. (Cornelis y Kluyver)

Si bien es cierto este es un mercado que genera grandes ingresos, hay que tomar en cuenta que los requisitos para poder ingresar y permanecer en esta industria son muy exigentes debido a las certificaciones, respaldos y actualizaciones que se deben tener; sin dejar de lado que todas las personas que trabajen dentro de la organización deben dominar el idioma inglés para poder brindar un mejor servicio y poder asesorar de la mejor manera a todas las personas que estén interesadas, por lo que se podría considerar que el ingreso de nuevos participantes dentro de la industria es baja, sin embargo no se puede dejar de lado el hecho que existen varios países interesados en este tipo de negocio por lo que el ingreso de nuevos competidores a nivel mundial es alto.

2.3.4.3 Amenaza de ingreso de nuevos productos sustitutos

Esta fuerza es utilizada para analizar los productos o servicios que puedan desempeñar la misma función que el servicio en estudio, en el caso del turismo médico podríamos mencionar como servicios sustitutos a los hospitales o clínicas que se encuentran en los países donde se encuentra nuestro nicho de mercado. El poder del servicio sustituto es relativamente alto ya que muchas personas no están interesadas en este nuevo modelo de salud y prefieren optar por acudir a lugares conocidos y que residen en su país.

2.3.4.4 Poder de negociación de los proveedores

En esta fuerza se desea determinar el nivel de poder de negociación que tienen los proveedores dentro del sector estratégico. Para este tema es importante considerar si los proveedores están organizados de tal manera que sean ellos los que controlan los precios y las condiciones. La situación es más compleja si los productos que se necesitan son escasos, claves y no existe gran variedad de los mismos. (Rivera y Restrepo, 2006)

El poder de negociación de los proveedores es baja, ya que existen varios hospitales, clínicas y empresas de turismo dentro de la provincia de Pichincha.

2.3.4.5 Poder de negociación de los consumidores

Es el poder que tienen los clientes para cambiar de marca con facilidad, cuando las barreras para dejar el mercado son altas, cuando los gastos fijos son altos, cuando el producto es perecedero, cuando las empresas rivales son diferentes en origen, cultura, estrategias y cuando las funciones y adquisiciones son comunes. En este caso se puede considerar que el poder que tienen los consumidores es muy alto, ya que hay varios países en América Latina que ofrece el mismo tipo de turismo, por lo que la decisión de realizarse los tratamientos en otros países es alto. (Biasca)

Los principales países que tienen este servicio son:

- México
- Colombia
- Argentina
- Costa Rica

2.4 La compañía y el concepto del Negocio

2.4.1 La idea y el modelo del negocio

La idea del negocio es la creación de una empresa que brinde el servicio de Turismo Médico odontológico enfocado únicamente en la provincia de Pichincha. El Turismo médico o de Salud consiste en viajar a otra ciudad o país diferente del lugar de residencia para recibir el tratamiento médico que se necesite y con un costo mucho menor tener la oportunidad de realizar turismo dentro del lugar donde se realiza el tratamiento.

2.4.2 Estructura legal de la Empresa

Se va a crear una Compañía de Responsabilidad Limitada, la cual es una sociedad mercantil, que tiene como misión la realización de uno o más actos de comercio y se encuentra compuesta por un número limitado de socios, cuyo capital se encuentra repartido en participaciones de igual valor. La responsabilidad de la misma se limitará en función del aporte de capital que haya realizado el socio y por eso es que en caso de contracción de deudas no se obligará a responder con el patrimonio personal del socio. (Definición de Sociedad limitada)

Según el libro: Curso práctico sobre sociedades de responsabilidad limitada, estas son consideradas sociedades solemnes, de personas, con responsabilidad jurídica, sin fiscalización especial interna o externa, en la cual existe libertad para establecer el sistema de administración y representación; no respondiendo personalmente los socios, por regla general, frente a terceros, de las obligaciones sociales; y en la que los derechos de los socios están representados por una cuota. (Puelma, 1991)

Para poder constituir la empresa en la Superintendencia de Compañías es necesario presentar la siguiente documentación:

- a) Formulario (01-A) con los datos requeridos
- b) Escritura de constitución y resolución inscritas en el Registro Mercantil
- c) Un ejemplar del diario en el que conste la publicación del extracto
- d) Copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación de las últimas elecciones
- e) Planilla de servicios básicos (luz, agua, teléfono) del representante legal de la compañía o de alguno de los accionistas.

Para poder finiquitar este proceso es necesaria la obtención del RUC en el SRI y registrar el nombramiento de los accionistas en el Registro Mercantil.

2.4.3 Misión, Visión y Objetivos

Misión: Ofrecer al público nacional y extranjero asistencia médica y de turismo con la más alta calidad de profesionales y especialistas generando una experiencia inolvidable dentro de nuestro país.

Visión: Llegar a consolidarnos como una empresa líder en el campo de turismo odontológico en la Provincia de Pichincha y la Avenida de los Volcanes ofreciendo a nuestros clientes un servicio personalizado, responsable y confiable con precios competitivos dentro del mercado en 5 años.

Valores:

- Integridad y confiabilidad
- Respeto
- Responsabilidad Social
- Transparencia y Honestidad
- Solidaridad y Compromiso

Objetivos:

A continuación se detallarán los objetivos según las áreas de la empresa.

Tabla 1: Objetivos Área Gerencia General

GERENCIA GENERAL	
OBJ. GENERALES	OBJ. ESPECIFICOS
Establecer las políticas y directrices de la organización anualmente	Diseñar la estrategia empresarial en los 6 primeros meses
	Establecer programas y proyectos trimestrales que atiendan las necesidades de los accionistas
	Establecer, Cumplir y hacer que se cumpla el enfoque de Misión y Visión durante todo el año
Gestionar las finanzas de la organización continuamente	Gestionar los Cobros y Pagos mensualmente
	Gestionar la Facturación periódicamente
	Analizar los indicadores financieros
Administrar continuamente el Recurso Humano	Gestionar la Contratación y Despido de los colaboradores
	Gestionar y Controlar la Nómina
	Controlar el Desempeño de los colaboradores

Tabla 2: Objetivos Área Comercial

AREA COMERCIAL	
OBJ. GENERALES	OBJ. ESPECIFICOS
Alcanzar ingresos en ventas por \$10000 en el mes	Dar seguimiento continuo a cada cliente que contrató los servicios de Odonto-Tour
	Hacer efectiva la facturación mensual

	Garantizar una atención personalizada, respetuosa y óptima que permita una efectividad en el cierre de negocios
Proveer soluciones especializadas que permitan optimizar el manejo de la información, facilitando la comunicación y coordinación entre las diferentes personas que integran al cliente	Dialogar constantemente con las agencias de turismo con respecto a opiniones de los clientes
	Visitar a los médicos cada 2 meses para dialogar acerca del servicio
	Crear lazos de confianza entre las clínicas odontológicas y las agencias de turismo
Evaluar anualmente las Estrategias de Marketing	Analizar cuáles son los sitios turísticos más demandados por los clientes
	Realizar un estudio para saber cuál es el tratamiento odontológico de mayor recurrencia
	Contabilizar el número de personas que contratar el servicio odontológico y el número de acompañantes que viajan por turismo

Tabla 3: Objetivos Área Financiera

AREA FINANCIERA	
OBJ. GENERALES	OBJ. ESPECIFICOS
Cumplir con todos los pagos que exige la ley de la República del Ecuador en los períodos que la misma establezca	Investigar continuamente las nuevas normas que el Gobierno impone para el cumplimiento de leyes
	Crear un cronograma anual de los tiempos límites de pago para evitar penalidades
	Conocer la normativa tributaria efectuado por la empresa
Realizar el cálculo de pagos de bonificación según el volumen de ventas mensuales	Establecer anualmente el porcentaje de comisión por número de ventas
	Establecer el número de ventas que cada ejecutivo debe realizar mensualmente para recibir bonificación

	Validar mensualmente el cumplimiento de metas de cada vendedor
Planificación anual de capacitaciones para cada trabajador para ayudar a la adquisición de nuevos conocimientos y habilidades	Reservar el presupuesto anual para las capacitaciones del personal
	Desarrollo de un plan de crecimiento de cada trabajador
	Reservar el presupuesto para eventos especiales de la empresa que generen motivación dentro de los trabajadores

2.5 El producto o Servicio

En este proyecto lo que se busca ofertar es tratamientos dentales a pacientes de Estados Unidos, debido a los bajos costos que se manejan dentro del país y la biodiversidad que existe dentro del Ecuador.

Los tratamientos dentales en los cuales me enfocaré son los siguientes:

- Implantes dentales
- Coronas dentales
- Cirugía oral

El turismo se realizará únicamente en la provincia de Pichincha y la Avenida de los volcanes. La provincia de Pichincha tiene un clima muy variado que puede experimentar frío de los páramos de entre 4 y 8°C y también el calor de los trópicos, con temperaturas que pueden llegar hasta los 22°C. La gastronomía que se puede disfrutar en esta provincia es muy variada al igual que su cultura y sus tradiciones. (Guía de Turismo accesible para personas con discapacidad)



Los atractivos turísticos de esta provincia son muy variados, ya que podemos encontrar desde valles y montañas hasta zonas subtropicales.

Uno de los mayores atractivos turísticos es la ciudad de Quito la cual fue designada por la UNESCO como patrimonio cultural de la Humanidad. Dentro de Quito podemos disfrutar del Centro Histórico el cual posee un sin número de hermosas iglesias, capillas, monasterios, conventos y plazas de la época de la Colonia; también se pueden encontrar varios museos y construcciones arquitectónicas de los siglos XIX y XX. (Guía de Turismo accesible para personas con discapacidad)

En esta provincia también se encuentra ubicada la Mitad del Mundo (Ecuador-Latitud 0°0'0").

Otros atractivos que se pueden encontrar en la provincia de Pichincha son:

1. Centro Histórico de Quito
2. Panecillo
3. Parque Itchimbía
4. Reserva Ecológica Los Ilinizas (RELI)
5. Teleférico
6. Refugio de Vida Silvestre Pasochoa
7. Reserva Orquideológica El Pahuma
8. Volcán Rumiñahui
9. Zoológico de Guayllabamba
10. Yaku: Museo del Agua
11. Reserva Geobotánica Pululahua
12. Ruinas de Rumicucho
13. Volcán Cayambe
14. Volcán Ruco Pichincha
15. Reserva Ecológica Cayambe-Coca (RECAY)

Esta información fue tomada de: (Atractivos Provincia Pichincha)

Se ha tomado en cuenta a la avenida de los Volcanes por la cercanía que tienen de la provincia de pichincha y por los grandes atractivos turísticos que en ella se encuentran.

La Avenida de los Volcanes en Quito, debido a estar en medio de dos grandes cadenas montañosas, la hace perfecta para seguir una ruta de 27 volcanes (Imbabura, Cayambe, Pichincha, Ilaló, Antisana, Illinizas, Tungurahua, Chimborazo, entre otros) de esta forma se pueden recorrer las diferentes rutas que en su momento lo realizó Alexander Humboldt a principios del siglo XIX. (Quito)

En las rutas turísticas que se realizarán se visitarán los siguientes lugares:

Otavallo: Esta ciudad se encuentra en la provincia de Imbabura la cual se encuentra al norte del país. La temperatura anual oscila entre los 9,9°C y 22,9°C. (Prefectura de Imbabura)

En Otavalo se encuentra un mercado artesanal, donde se concentran varios comerciantes todos los días de la semana para poder promocionar sus artesanías, el cual es muy concurrido por los turistas debido a la diversidad que se expone. (Viajandox)



Figura 10. Otavalo
Tomado de: (Viajandox)

Volcán Cotopaxi: Este nombre tiene varios significados en los cuales resalta “Resplandor a la luz de la Luna”, “Garganta de Fuego”, “Cuello de Sol”. El volcán tiene una elevación de 5.897 metros sobre el nivel del mar; está cubierto por nieve perpetua. Posee un cráter de 800 metros de diámetro. Es uno de los volcanes más activos del mundo, del cual se registran varios procesos eruptivos desde el año 1534 hasta al año 1942. (Ecuale)



Figura 11. Cotopaxi
Tomado de: (Ecuale)

Laguna Quilotoa: Esta laguna se encuentra incrustada en medio de los Andes, posee un mirador ubicado a 4.000 metros sobre el nivel del mar, desde allí se puede observar una laguna formada en el cráter de un volcán. El agua, por los minerales posee diferentes tonalidades: verde, turquesa, azul. La ubicación de esta laguna es a 15 kilómetros del poblado de Zumbahua. (Gobernación Cotopaxi)



Figura 12. Quilotoa
Tomado de: (Gobernación Cotopaxi)

Baños: Esta ciudad es conocida como “Puerta al Oriente” debido a su ubicación entre la sierra y el oriente ecuatoriano. Este lugar posee un clima cálido y húmedo de la Amazonía, el cual es una fuente de aguas medicinales lo que le hacen acreedor a ser considerado como un gran balneario que brinda turismo de salud tanto a turistas nacionales como internacionales. En este lugar también se encuentra las Lagunas del Minzas del Parque Nacional Sangay, el cual fue declarado por la UNESCO Patrimonio Natural de la Humanidad en 1983. Existen más de 20 cascadas para visitar, entre las cuales se pueden destacar la Cascada de la Virgen, Cascada de Bscún, Cascada de Ulba, Cascada Manto de la Novia, Cascada del Pailón del Diablo entre otras. (Ecuale)



Figura 13. Baños
Tomado de: (Ecuale)

Volcán Chimborazo: Es el volcán más alto del Ecuador con 6.310 metros sobre el nivel del mar, situado en la Cordillera Occidental. Está cubierto por grandes glaciares que descienden por todos los flancos, se estima que el volumen del hielo es más de 2 km². Este volcán no presenta actividad histórica hace aproximadamente 7000 años; sin embargo debido al gran volumen de hielo que posee presenta grandes peligros potenciales ante una erupción volcánica. (Ecuale)



Figura 14. Volcán Chimborazo
Tomado de: (Ecuale)

2.6 Estrategias de ingreso al mercado y crecimiento

Para el ingreso al mercado del Turismo Médico es indispensable ponerse en contacto con una empresa Facilitadora de Turismo Médico para poder entrar en contacto con la mayor cantidad de pacientes residentes en Estados Unidos; una vez que logre entrar en contacto y trabajar conjuntamente con la empresa

facilitadora es de suma importancia ingresar a la Red de Turismo Médico de Latinoamérica para trabajar conjuntamente con todos los países interesados en esta industria.

De esta manera se aprenderá del manejo y procedimientos que los países integrantes manejan, siendo así mas competitivos tanto en el campo de la Salud Odontológica como en el Servicio de Turismo, para lograr la acreditación de certificados que generen mayor confiabilidad entre los pacientes y personas interesadas en el servicio.

2.7 Análisis FODA

Tabla 4: Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Varias empresas en Latinoamérica dedicadas al Turismo Médico. • Pichincha cuenta con establecimientos de altos estándares internacionales. • Disponibilidad de Recursos Naturales, biodiversidad de Flora y Fauna • Los costos que Ecuador maneja son mucho menores a los de Estados Unidos 	<ul style="list-style-type: none"> • Gran apoyo por parte del Gobierno al sector Turístico • Ingresar a la Red Latinoamericana de Turismo Médico • Falta de promoción a la industria del Turismo Medico • Ubicación geográfica y diversidad Étnica
AMENAZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Calidad en los servicios de Salud y Turismo es muy variada. • Falta de estadísticas en el manejo del Turismo médico en el Ecuador. • Pueden existir complicaciones Post-operatorias 	<ul style="list-style-type: none"> • Poco conocimiento en este nuevo modelo de negocio • No se conoce mucho sobre la industria • En Ecuador no existen leyes para el Turismo médico, ya que se consideran a ambos sectores por separado

3. CAPÍTULO III. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y SU ANÁLISIS

En este capítulo se busca identificar las características y las necesidades que tienen el mercado y el consumidor respecto al turismo médico.

3.1 Mercado Relevante y Cliente Potencial

La definición de Mercado Relevante implica determinar que otras alternativas reales y económicamente viables tiene el comprador o el proveedor frente a la empresa, a fin de poder establecer, si dicha empresa tiene la posibilidad de actuar con independencia de sus clientes o proveedores según sea el caso. (Pinkas, 2002)

El Mercado Relevante es el más adecuado para la dirección cuando trata de precisar la misión corporativa, fijar el campo de actividad de la organización, facilitar el seguimiento de los productos sustitutos, identificar a los competidores reales y potenciales o generar opciones estratégicas creativas; sin embargo puede resultar demasiado global para la gestión diaria de la empresa. (Manuera Alemán & Rodríguez Escudero)

En la provincia de Pichincha funcionan 3.838 establecimientos a Actividades de salud humana, empleando a 26.750 personas. (INEC, 2015) Adicionalmente los compradores se definen por las personas que están en capacidad de adquirir los servicios ofertados. En este caso particular este servicio se enfocaría a la población del estado de Texas (USA). En su definición más amplia, todos los habitantes de este estado podrían acceder a este servicio, siendo este de 25.145.561 personas (Censusviewer.com, 2015).

3.1.1 Mercado Objetivo

El mercado objetivo al cual está enfocada esta empresa es las personas que reúnen las siguientes características:

- Hombres y mujeres

- Residentes en Texas (Houston y Principales Ciudades)
- Estrato social medio bajo, medio alto y alto
- Hombres y mujeres que buscan un servicio médico odontológico

3.1.2 Segmentación de Mercado

Según Philip Kotler busca en la segmentación de Mercados mejorar la precisión del marketing de una empresa. Un segmento de mercado consiste en identificar un grupo grande dentro de un mercado y que tiene deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes o hábitos de compra. Esta segmentación ayuda a crear una oferta del producto o servicio más afinada y definir el precio apropiado para el público meta. (Kotler, 2002)

3.1.2.1 Segmentación Geográfica

Los clientes a los cuales está enfocado este servicio serían los habitantes del estado de Texas, específicamente a las tres ciudades más grandes.

Tabla 5: Segmentación de Mercados

País:	Estados Unidos de América
Estado:	Texas
Ciudades:	Houston (2.000.000 habitantes aprox.), San Antonio (1.300.000 habitantes aprox.), Dallas (1.200.000 habitantes aprox.)

3.1.2.2 Segmentación Demográfica

En este segmento vamos a tomar como referencia a una población con un rango de edades que va desde los 15 años hasta los 64 años de edad; obteniendo así un total de 4.3 millones de personas en las tres ciudades, de acuerdo a estimaciones realizadas en base a información recabada por el Banco Mundial. (Banco Mundial)

En esta segmentación es importante recalcar que Estados Unidos a pesar de ser un país del primer mundo no cuenta con un seguro médico universal, lo que quiere decir que no dispone de un seguro médico gratuito, como es el caso del IESS en el Ecuador. Las únicas personas que tienen acceso a servicio médico gubernamental son aquellas de muy bajos recursos económicos.

La mayoría de personas adquieren seguros médicos mediante sus trabajos, pero el empleador no tiene ninguna obligación de ofrecer un seguro.

Por estos motivos se sugiere a todos los estudiantes que adquieran un seguro médico privado, y las universidades exigen a todos los estudiantes extranjeros que adquieran un seguro médico; ya que en el caso que hubiera alguna dificultad médico el desembolso de dinero es sumamente alto.

Es importante recalcar que en la mayoría de los casos los seguros dentales no está cubierto por los seguros médicos privados por lo cual es necesario pagar un valor extra para poder adquirirlo. (Carreño)

3.2 Tamaño del Mercado y Tendencias

3.2.1 Tamaño de mercado

El tamaño del mercado queda detallado en la siguiente Tabla:

Tabla 6: Tamaño de Mercado

Factor	Detalle	Cantidad Habitantes
Pais	EEUU	325,127,000
Estado	Texas	25,145,561
Ciudades	Houston, San Antonio, Dallas	4,500,000
Edad	de 15 a 64 años	4,375,000
TAMAÑO MERCADO POTENCIAL		4,375,000

Tomado de: (Banco Mundial)

Para conocer las tendencias del mercado se deberá recabar información sobre los actores de este sector económico. Se efectuará una investigación cualitativa y cuantitativa para recabar los datos necesarios. Para tal fin se realizarán entrevistas a expertos, investigación sobre los clientes en el extranjero y una encuesta.

3.2.2 Tendencias de mercado

3.2.2.1 Entrevistas a Expertos

Una entrevista en profundidad se define como una conversación con un propósito determinado. El Entrevistador busca recabar información, mediante sus preguntas y con las que busca datos específicos sobre la temática planteada. (Ibertic, 2015)

Dada la naturaleza del negocio, es importante recabar información por parte de médicos odontólogos que atiendan regularmente a clientes extranjeros. Por este motivo se ha entrevistado a 2 profesionales en esta área sobre esta temática.

- Jorge Luis Galarza-Odontólogo Ankara Dental Club (60 años)
 - Los servicios Odontológicos han crecido últimamente en el país, razón por la cual los datos varían con gran rapidez.
 - La odontología en el país está a la altura para competir con cualquier servicio odontológico del mundo, tanto a nivel técnico como de equipos.
 - Últimamente ha aumentado el número de clientes extranjeros, los cuales los contactan directamente por página web, sin embargo ellos son apenas el 1% de la cartera de clientes.
 - Los pacientes son en su mayoría norteamericanos, además de españoles y argentinos.
 - El valor agregado que ofrecemos es el servicio de emergencia dental las 24 horas, razón por la cual hemos entrado en contacto

con varios clientes del extranjero, ya que se hospedan en hoteles que los refieren a nosotros.

- Los precios de Ecuador en tratamientos dentales son menores en comparación con los del exterior, ya que la realidad económica de otros países es diferente.
 - Los clientes pagan en efectivo o con tarjeta de crédito. Adicionalmente hemos recibido cheques y pagos por seguro de viajero.
 - Los clientes extranjeros viajan por turismo y trabajo.
- **Mónica Saa-Odontóloga Ankara Dental Club (57 años)**
 - Los pacientes extranjeros aprecian el servicio, ya que el tratamiento ecuatoriano es de calidad.
 - Los médicos ecuatorianos están bien preparados para entregar un servicio de calidad internacional.
 - Aproximadamente el 5% de nuestros clientes son extranjeros, siendo los más numerosos los estadounidenses, españoles y canadienses.
 - Muchas veces los clientes del exterior vienen con traductores que hacen de intérpretes entre los médicos y el paciente
 - Los clientes del extranjero consideran nuestro servicio económico en comparación con los de sus países.
 - Un factor importante que nos ha permitido sobresalir es aceptar pagos de seguros en el extranjero, especialmente los seguros para viajeros.
 - Otras formas de pago que utilizan frecuentemente son cheques internacionales y tarjeta de crédito.

Conclusiones

- Los servicios médicos consumidos en el país por extranjeros están al alza.

- Actualmente los pacientes extranjeros representan una porción pequeña de la cartera de clientes de los odontólogos ecuatorianos
- Los servicios dentales ecuatorianos son valorados por los extranjeros, debido a su calidad y bajo costo económico (comparado con sus países de origen).
- Las formas de pago de los clientes extranjeros son muy variadas, sin embargo un negocio que quisiera aceptar pacientes de otros países debería estar en capacidad de aceptar seguros internacionales y de viaje.
- La capacitación continua y modernización tecnológica de equipos es un factor vital para mantener la competitividad
- El mayor mercado de consumo de este tipo de servicio son los norteamericanos, especialmente los estadounidenses.

3.2.2.2 Investigación sobre los clientes en el extranjero

En esta parte de la investigación cualitativa, normalmente se procede con un Focus Group para conocer de primera mano las necesidades y expectativas de los clientes. Sin embargo, dada la distancia geográfica que separan a los posibles clientes del servicio ofertado, no se puede realizar este procedimiento por el momento.

Es por esta razón que se realiza una investigación sobre los clientes en el extranjero, buscando recabar toda la información posible sobre los potenciales compradores.

Como se definió previamente, el mercado objetivo que se busca atacar es a la población del estado de Texas, situado al sur de EEUU. Específicamente el principal mercado sería los habitantes de las tres ciudades más grandes, siendo estas Houston, San Antonio y Dallas.

3.2.2.2.1 Datos Generales sobre Texas

Texas es el segundo estado en población y extensión de EEUU, abarca 696.241 km² y tiene 25,1 millones de habitantes. Limita al sur con México, al este con Luisiana, al norte con Oklahoma y al oeste con Nuevo México. La capital es Austin, sin embargo la mayor ciudad del estado es Houston, con 2 millones de habitantes aproximadamente. (Censusviewer.com, 2015)

Desde inicios del siglo XX, Texas se convirtió en un estado de economía creciente y dinámica, debido en gran parte a los yacimientos de petróleo que ahí se encuentran. En la actualidad las actividades económicas más importantes del estado (a parte de la extracción petrolera) son la alta tecnología, la investigación biomédica y la educación superior (<http://www.tshaonline.org>, 2015).

Las cinco ciudades principales del estado se detallan a continuación:

Tabla 7. Tamaño de Mercado

Posición	Ciudad	Población
1	Houston	2.099.451
2	San Antonio	1.327.408
3	Dallas	1.197.816
4	Austin	790.390
5	Fort Worth	741.206

Entre estas ciudades suman un total de 6.156.271 habitantes, reuniendo casi al 25% de la población del estado.

3.2.2.2 Factores Económicos

La economía texana es la segunda más grande del país, superada únicamente por el estado de California. Su PIB en 2010 se situó en \$1.153.100 millones, siendo su PIB per cápita de \$45.940 (la 24ta más alta del país). (<http://www.tshaonline.org>, 2015) De acuerdo al Banco Mundial, de ser Texas una nación independiente, sería la 15ta economía más grande del mundo (Banco Mundial).

Entre las actividades económicas importantes se encuentran la agricultura, ganadería, pesca y minería. La industria petrolera es una de las principales fuentes de trabajo del estado. Las actividades industriales son de vital importancia para la economía tejana, ya que abarcan gran cantidad de sectores estratégicos del país, entre los más importantes están el desarrollo aeroespacial (El centro espacial Lyndon B. Johnson), la investigación biomédica, tecnología (cuarteles generales de Dell, Texas Instruments y EDS) y servicios (cuarteles generales de AT&T). (<http://www.tshaonline.org>, 2015)

3.2.2.3 Ventajas Estratégicas Explotables

La investigación que el bufete Calvet & Asociados llevó a cabo en octubre del 2011 reveló que el turismo de salud está enfocado principalmente a cubrir las necesidades de los pacientes que no poseen seguros médicos y que residen en países más desarrollados. Seis de cada 10 personas que viajan por motivos de salud aprovechan para tomar paquetes turísticos en el país elegido (Extranjeros prefieren a médicos cuencanos, 2013). En la actualidad el principal destino de este tipo de servicios es Cuenca, sin embargo Quito al ser una ciudad con grandes e importantes hospitales y centros médicos es un destino explotable.

Por otra parte, el transporte de los potenciales clientes no sería mayor problema, ya que existen vuelos directos desde Houston a Quito. La aerolínea United Airlines tiene su HUB principal en el aeropuerto de esta ciudad, por este motivo mantiene vuelos del Aeropuerto Intercontinental George Bush (IAH) al Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre (UIO). Este operador aéreo tiene vuelos diarios directos con equipos Boeing 737-800, con capacidad para 160 personas. En apenas 5 horas, cualquier cliente que salga de territorio estadounidense estaría en suelo ecuatoriano, listo para realizarse una intervención dental o turismo.

Conclusiones

- Existe un mercado potencial de 4.3 millones de personas.
- El alto nivel de ingresos de los texanos es un factor que les permitiría hacer uso de este tipo de servicios.
- El turismo medico es un mercado en crecimiento en el país.
- La posibilidad de transporte aéreo directo y económico entre Houston y Quito, facilita la venida de clientes al país.

3.2.2.3 Encuestas

El tamaño de la muestra se define por la siguiente ecuación (Torres, Paz y Salazar, 2002, p. 11):

$$n = \frac{k^2 N p q}{e^2(N-1) + k^2 p q} \quad (\text{Ecuación 1})$$

En donde:

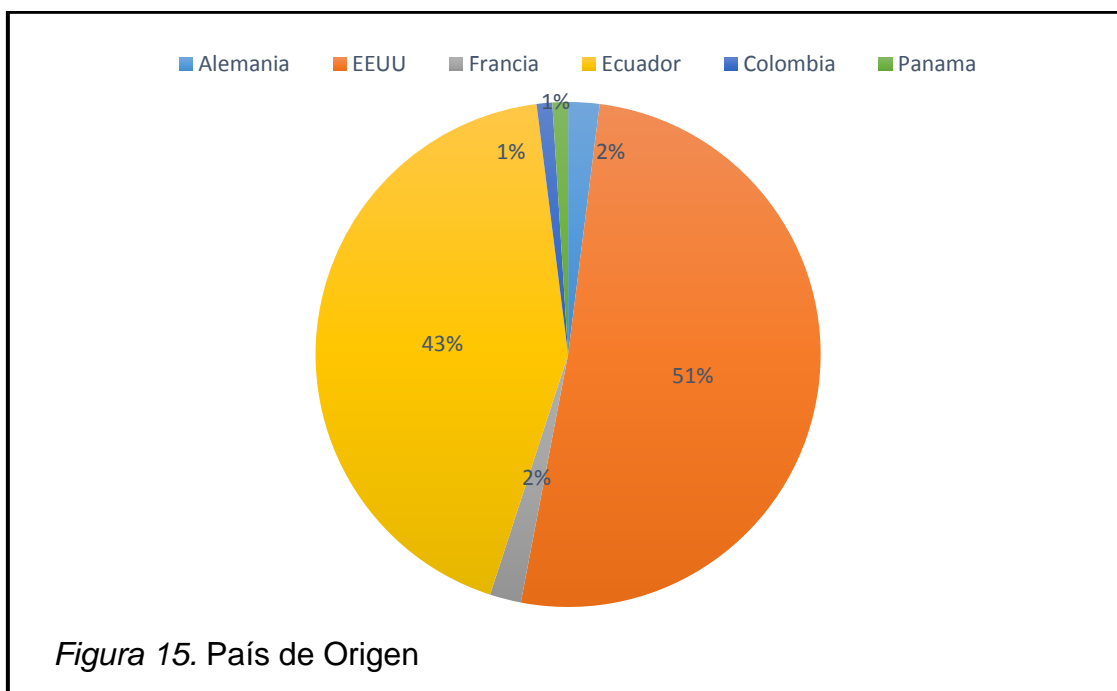
- N = Tamaño de la Población
- k = Constante de Nivel de Confianza (en este caso: Nivel de confianza 95% k=1.96)

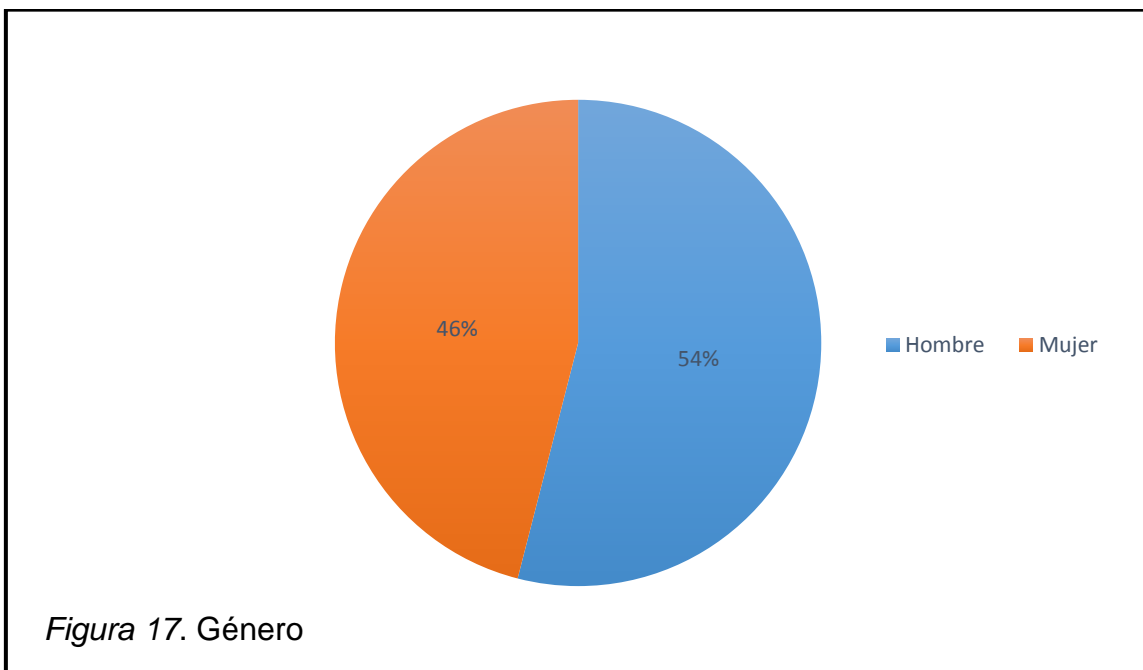
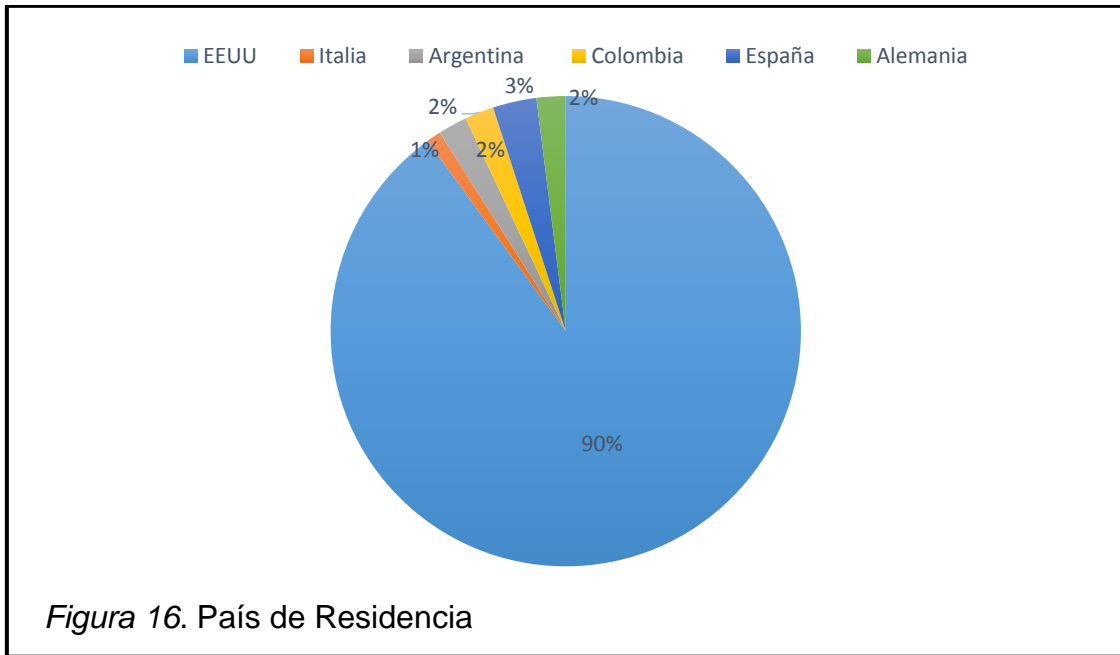
- e = Error muestral deseado (en este caso: $e=0.05$)
- p = Proporción de éxito en la población (en este caso $p=0.5$)
- q = Proporción de fracaso en la población (en este caso $q=1-p$)

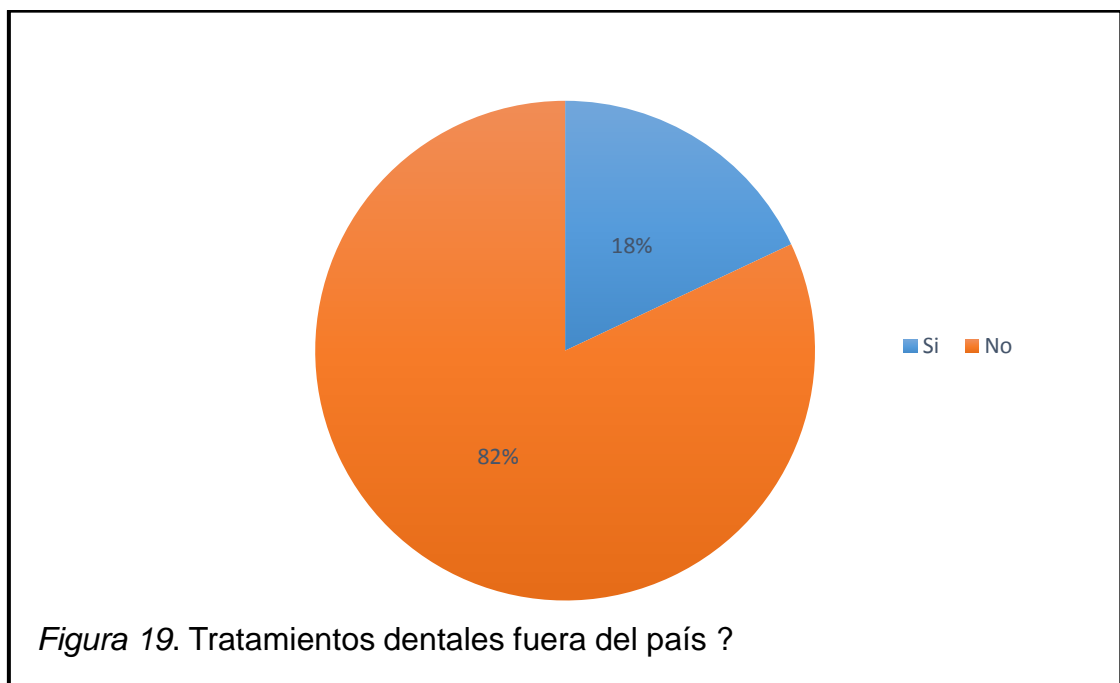
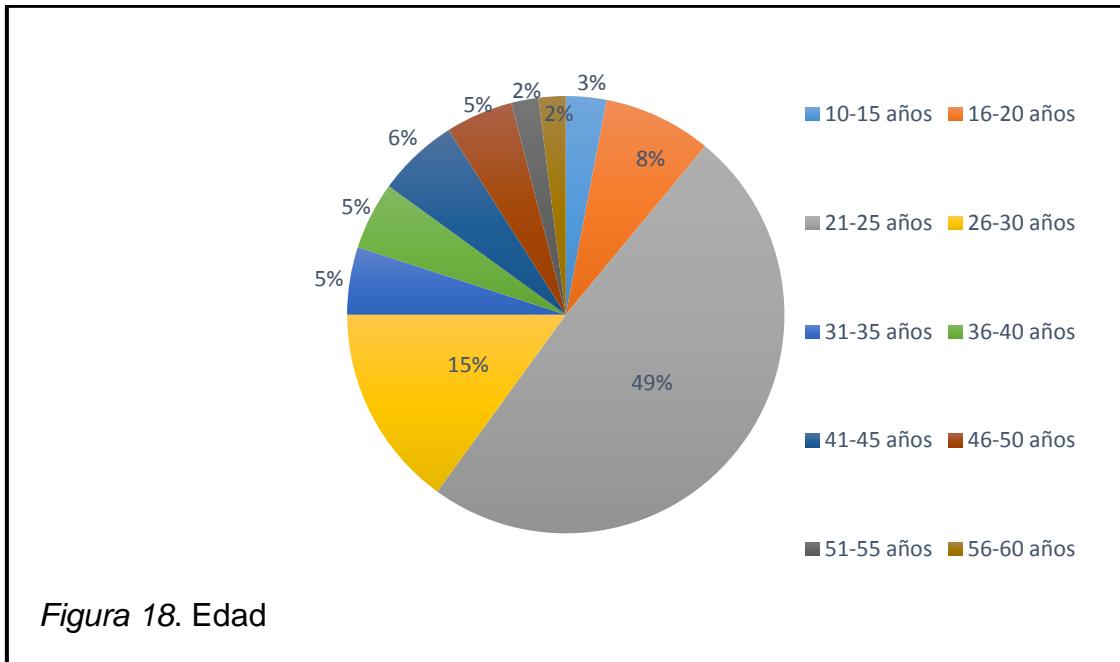
Reemplazando los valores en esta ecuación, queda una muestra de 384 encuestas.

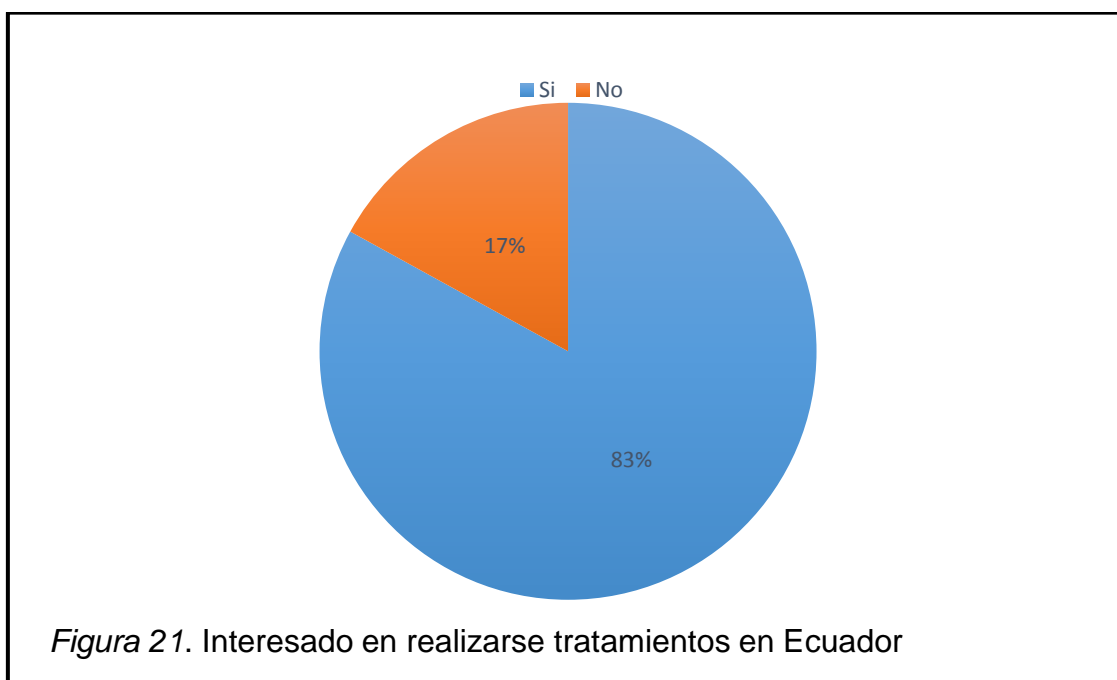
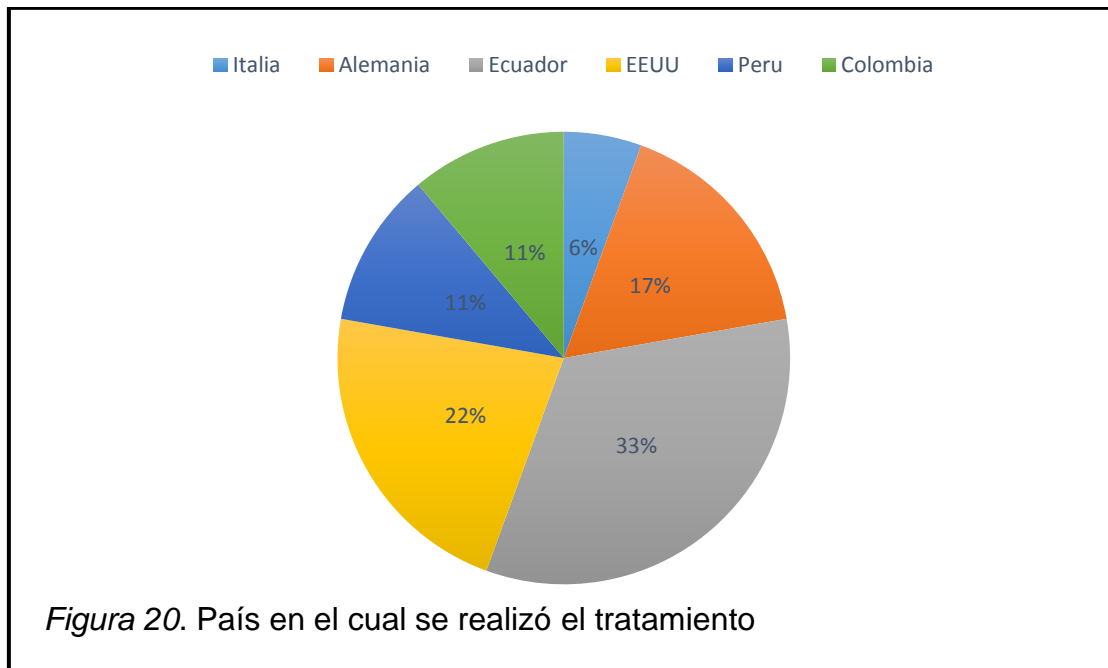
La mayoría de las encuestas fueron realizadas vía web, mediante un familiar residente en el lugar de la segmentación geográfica en este caso Houston; y las otras entrevistas se realizaron en persona a varios expertos.

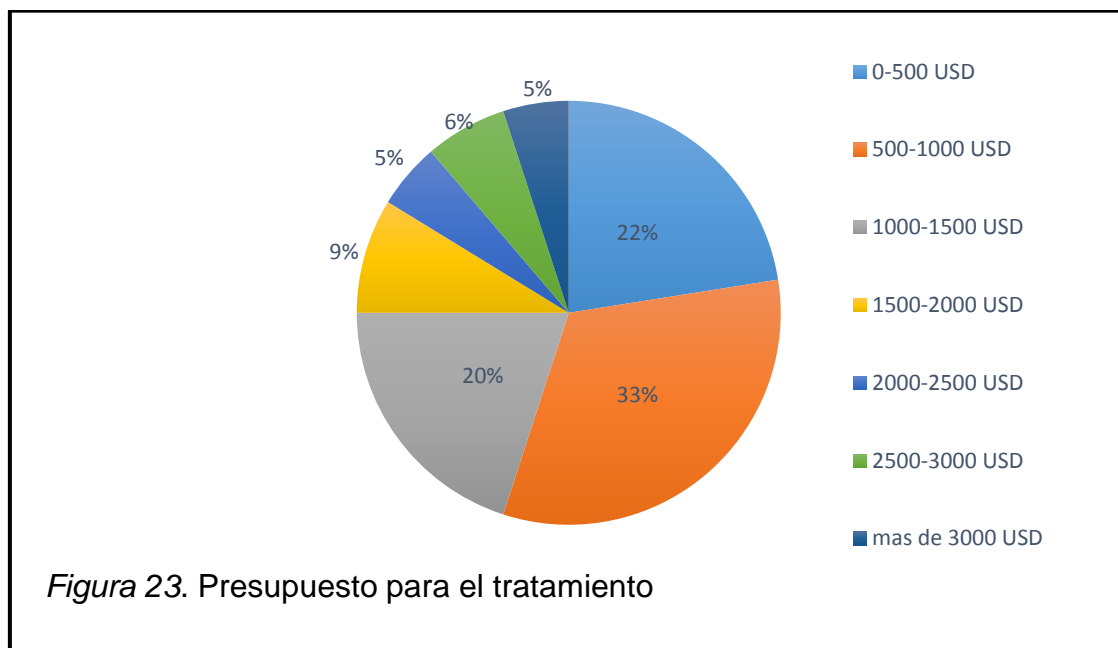
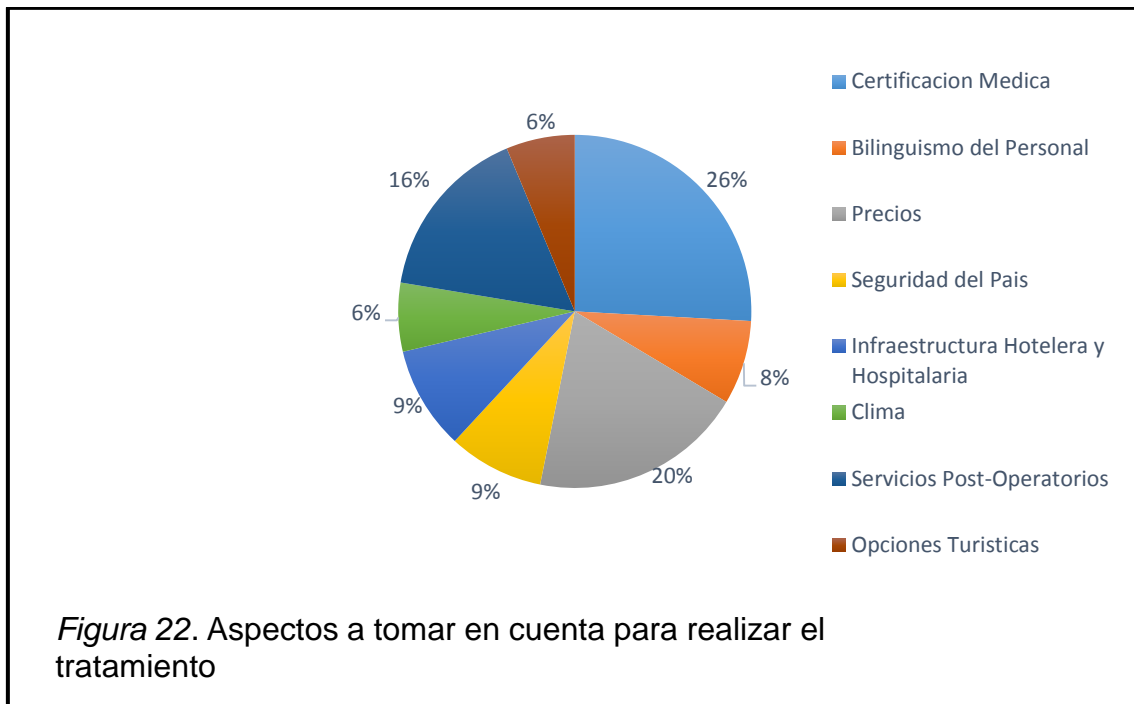
Los resultados a las preguntas realizadas a los encuestados se exponen a continuación:

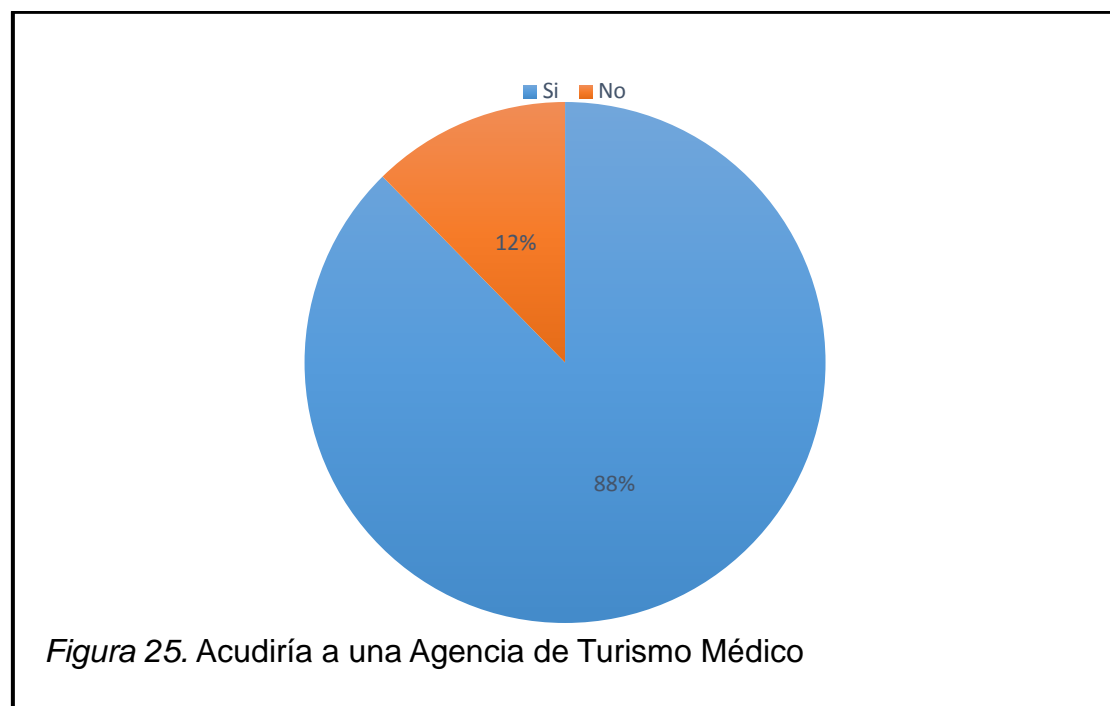
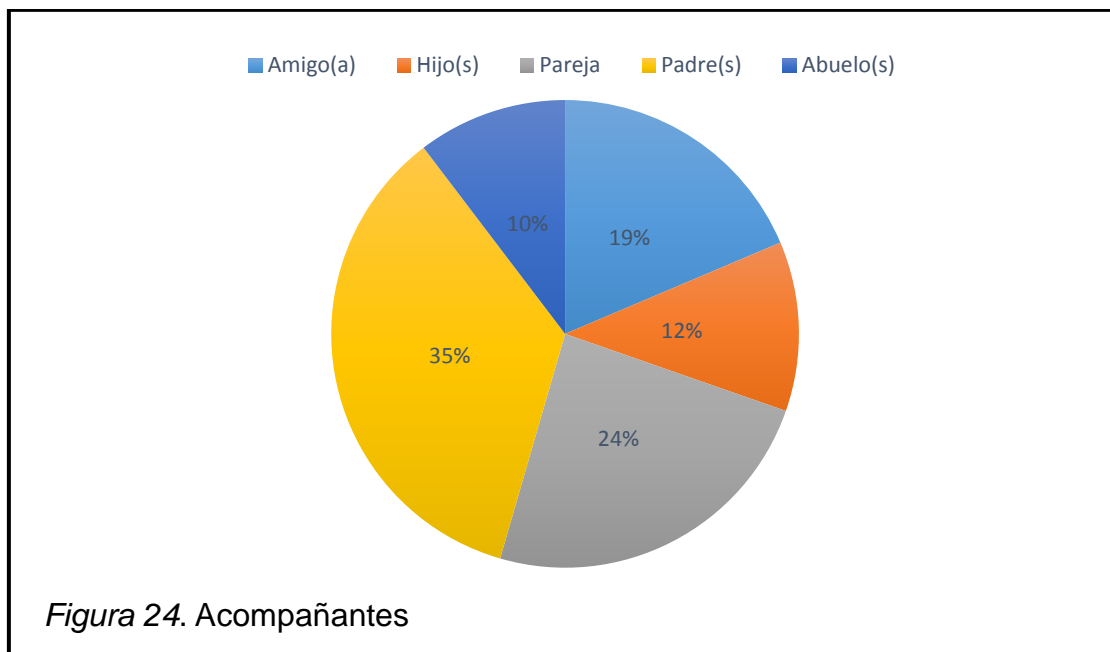


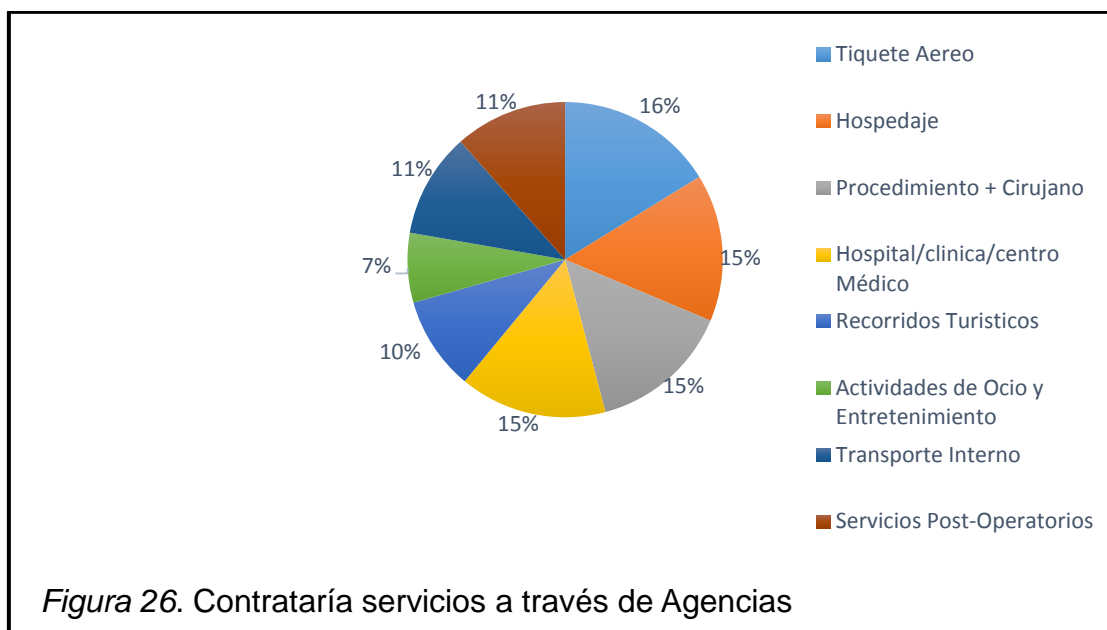












Conclusiones

Las personas que contestaron las encuestas fueron aquellas que cumplían con el perfil de mi mercado objetivo el cual esta detallado en el tamaño del mercado.

- EEUU (51%) y Ecuador (43%) son los países de origen de la mayoría de encuestados.
- El 90% de los encuestados reside en EEUU.
- La proporción de hombres y mujeres es casi la misma (54/46).
- El 49% de los encuestados tienen una edad de 21 a 25 años.
- El 82% de los encuestados no se ha realizado tratamientos dentales fuera de su país de residencia.
- Las personas que se han realizado tratamientos dentales en el exterior se han hecho atender en Ecuador (33%), EEUU (22%) y Alemania (17%).
- Al 83% de los encuestados les interesaría realizarse procedimientos dentales en Ecuador.
- Las certificaciones médicas (26%), el precio (20%) y los servicios post operatorios (16%) son los aspectos más valorados para elegir un lugar donde realizarse un procedimiento médico.

- El 75% de los encuestados tienen un presupuesto que va desde los 0 hasta los 1500 dólares.
- Los padres y la pareja son los acompañantes más comunes de los encuestados (59% entre ambos)
- 88% de los consultados acudirían a una Agencia de Turismo Medico para obtener servicios personalizados.
- El tiquete aéreo, hospedaje, procedimiento y centro médico son los servicios más demandados para la agencia de turismo medico (sumando 69% entre los cuatro).

3.3 La Competencia y sus Ventaja

En la actualidad existe únicamente un proveedor de este servicio en el país. Esta empresa se llama Med Travel Ecuador. Sin embargo existen muchos proveedores de este servicio a nivel médico, como son algunas clínicas en Cuenca. Sin embargo estos proveedores se enfocan más al tema de medicina general, no al sector odontológico.

Dado que no existe un proveedor de este servicio en el país, el mercado está libre para que una nueva empresa atienda este sector, el cual está en auge. Adicionalmente, al encontrar un mercado como el texano, muy amplio, se aumentan las posibilidades de éxito.

3.4 Participación de Mercados y Ventas de la Industria

En lo referente a participación de mercado se espera que la empresa tenga una participación alta, ya que no existen competidores directos en el sector y el mercado objetivo es amplio.

Las ventas de la industria se esperan sean altas ya que los altos ingresos de los potenciales clientes, sumado a las ventajas estratégicas previamente mencionadas, proyectan un futuro interesante para este sector.

3.5 Evaluación del mercado durante la Implementación

Durante la implementación de este proyecto se deberán tomar en cuenta los siguientes factores, para no dejar desatendida la demanda de algunos clientes:

- El rango de edad comprendido entre 26 y 30 años es muy numeroso (15% de los encuestados).
- Existe un importante 9% que tienen un presupuesto de \$1500 a 2000. Sería valioso desarrollar un producto diseñado específicamente para este sector
- Existe un 19% que viajan con amigos, se debería desarrollar un producto para viaje en grupo con amigos para captar este mercado.
- Los servicios de transporte interno y servicios post operatorios deben ser ofertados a los clientes, ya que ambos suman 22% de las preferencias de los encuestados.

4. CAPÍTULO IV. PLAN DE MARKETING

4.1 Estrategia general de Marketing

La estrategia general de Marketing en la cual me basaré será la estrategia de especialista que se encuentra dentro de las estrategias competitivas según Kotler, la cual indica que la empresa se enfoca en uno o varios segmentos buscando en ellos una oportunidad de mercado específico en el cual pueda mantener y defender una posición de líder frente a los competidores. (Monferrer, 2013)

Me basaré en esta estrategia debido a que nos enfocaremos únicamente en el sector dental debido a que la mayoría de los seguros que existen en Estados Unidos no cubren todo lo que está relacionado con la odontología, por lo que considero que es una oportunidad muy grande la que puedo aprovechar enfocandome únicamente en este sector.

4.1.1 Posicionamiento

Basándose en la estrategia que se concentra y especializa en un nicho de mercado específico, se buscará definir el tipo de posicionamiento según las necesidades de la empresa para lograr los objetivos establecidos y llegar al éxito empresarial. Para lo cual se establecerá una Posición de Valor de Más por lo Mismo, en donde se relaciona el valor del atributo con respecto al precio, esto significa que se entregara un servicio de mayor valor con el mismo precio de la competencia. Es de suma importancia que el consumidor objetivo tenga muy claro cuáles son los atributos del servicio para lograr una buena posición dentro de la mente de los mismos.

Además se analizara los momentos de verdad para lograr una óptima calidad en el servicio y así mejorar la experiencia del consumidor. Cada acción y actividad realizada en la empresa será un pilar fundamental para alcanzar un

servicio de calidad lo que conlleva a un posicionamiento oportuno en el mercado.

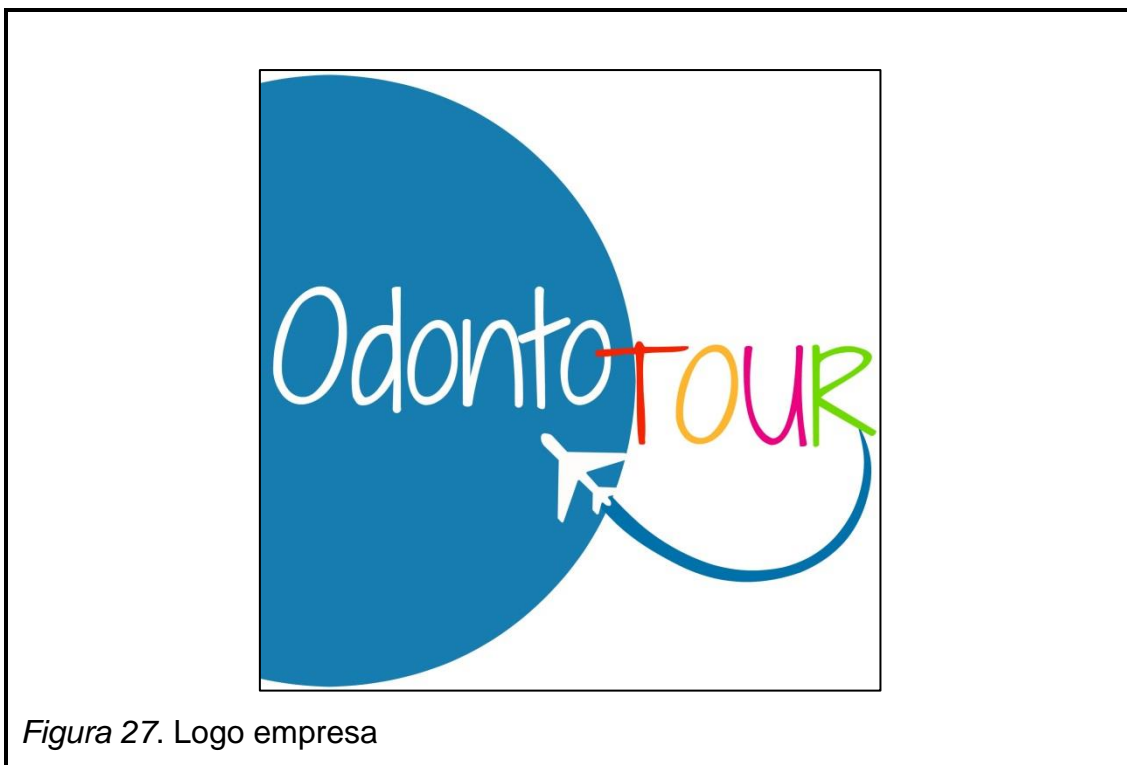
Para lograr un mejor posicionamiento dentro del mercado es importante tomar en cuenta es la calidad en el servicio al cliente, por lo que cada integrante del grupo de trabajo debe estar enfocado 100% en el servicio, y en la calidad para generar un ambiente de confianza con el cliente. Para poder lograr que los empleados brinden un servicio de alta calidad los mismos también deben estar altamente motivados para generar compromiso con la empresa. Una vez que el cliente confíe en OdontoTour será mucho más fácil la recomendación de nuestras ofertas a otras personas o familiares.

4.1.2 Declaración de posicionamiento

OdontoTour será una empresa encargada de ofrecer un servicio de calidad basada en el turismo medico en la provincia de pichincha, brindando una nueva experiencia al unir el tema de la salud con el turismo, ya que los pacientes-turistas tendrán la oportunidad de realizarse el tratamiento odontológico deseado y conocer la provincia de Pichincha, la cual tiene varios sitios turísticos de interés.

4.1.3 Imagen

La empresa se llamara OdontoTour y el logotipo que la identificara está representado por una armonía de colores entre el azul, rojo, naranja, magenta, blanco y verde.



Dentro de la psicología del color se analiza el efecto que tiene cada color en la percepción y conducta de los seres humanos por lo que en el área del marketing es muy importante saber aplicarlos para comunicar la idea adecuada y no confundir al consumidor.

Los colores usados para el logotipo de la empresa en mención se asocian a las siguientes emociones: (Psicología del Color):

- Azul: confianza, calma, fuerza.
- Rojo: dinamismo, energía, pasión.
- Naranja: diversión, juventud, modernidad.
- Magenta: creatividad, independencia.
- Blanco: pureza, limpio.
- Verde: relajación, orgánico, renovación.

El logotipo de OdontoTour se lo realizó con características distintivas y sencillas con el propósito de crear recordación de marca en la mente del consumidor. El isótopo representa un avión viajando por lo que se lo asocia con la palabra Tour.

Un slogan es diferente de la mayoría de las otras formas de redacción, porque está diseñado para ser recordado y repetido palabra por palabra con el fin de imprimir una marca y su mensaje en el consumidor. (Russell, 2005)

El slogan que identificara a esta empresa será:

“Calidad y Confianza”

4.2 Política de precios

La fijación de precios dentro de este sector se debe basar en los precios de la competencia y los precios que existen dentro de Estados Unidos, ya que es uno de los principales factores del Turismo médico.

De esta manera se puede completar el proceso de Turismo Médico y así el paciente por el precio del procedimiento en Estados Unidos puede viajar a Ecuador, realizar los gastos de estadía, pasajes, tours y el gasto de salud.

A continuación se muestra una tabla con los tratamientos dentales más comunes y los precios de Estados Unidos vs Costa Rica. Se ha tomado los precios de Costa Rica ya que es uno de los países líderes en América Latina en Turismo médico.

Tabla 8. Precio promedio de tratamientos dentales

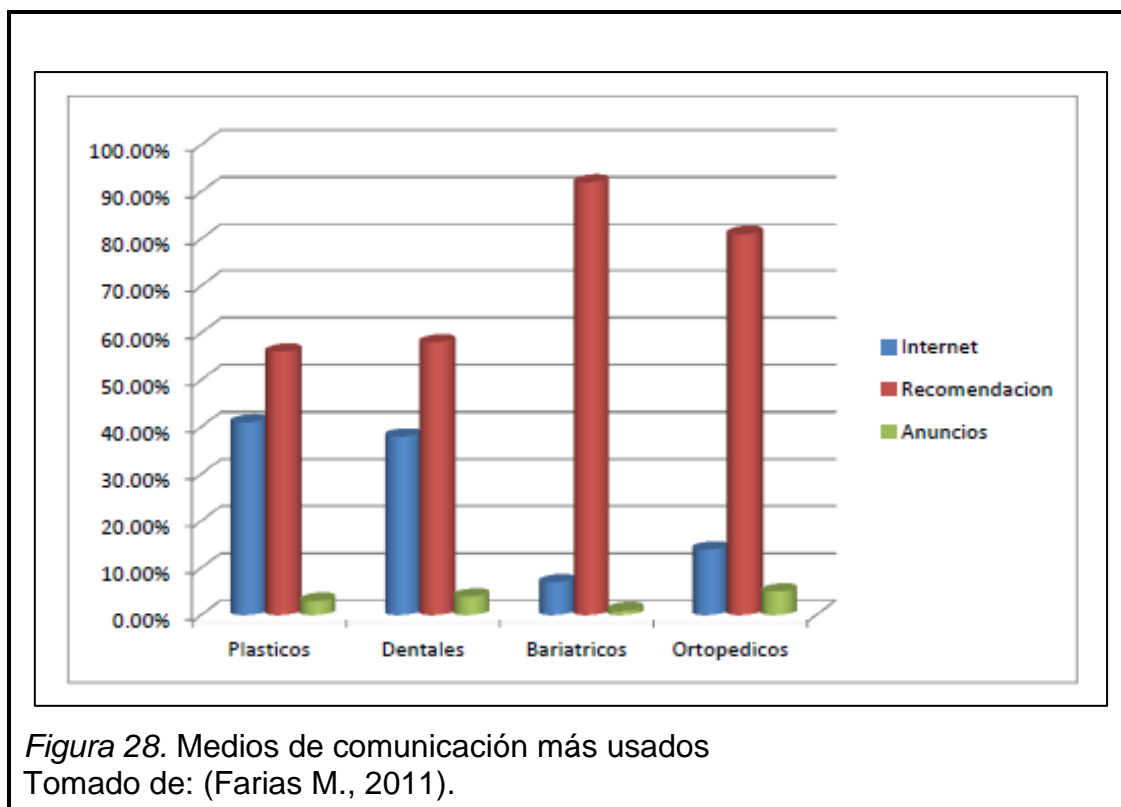
PRECIO PROMEDIO DE LOS TRATAMIENTOS DENTALES	USA	COSTA RICA
IMPLANTES DENTALES	\$3000 - \$4000	750 - 850
CORONAS DENTALES	\$1000 - \$2000	500 - 750
BLANQUEAMIENTO DENTAL	\$ 500	200 - 300
CAPAS DE PORCELANA	\$1500 - \$3000	1000 - 3000
RESTAURACIÓN ADHESIVA	\$ 4.000	1000 - 2500
DENTADURAS	\$800 - \$2500	750 - 850
PRECIO DE TRATAMIENTO EDONDÓNTICO	\$500 - \$1000	150 - 275
CIRUGIA ORAL	\$800 - \$3000	750 - 850

Tomado de: (Lewis, 2010).

Cómo se pudo ver en el cuadro que antecede la diferencia de precios en los tratamientos dentales es realmente alta, por lo que ha tomado en cuenta para realizar este proyecto.

4.3 Táctica de Ventas

La mayor parte de la demanda tiene conocimiento de los distintos establecimientos que brindan servicio médico a través del boca a boca, más comúnmente entre familiares y amigos que residen en el Ecuador. En segundo lugar se considera que el medio de comunicación más usado para adquirir cualquier tipo de información es el internet sobre todo en el caso de tratamientos dentales y cirugías plásticas; por lo que se realizará una página Web en la cual se detallen los servicios dentales que se ofrecen y los paquetes turísticos que se manejarán, los cuales estarán basados en los lugares más concurridos por partes de los turistas. Otra forma de adquirir información es a través de los facilitadores de turismo médico, quienes se encargan de entrar en contacto directo con los hospitales de Estados Unidos para recomendar acerca de los beneficios del turismo médico; como se puede apreciar en el siguiente cuadro.



4.4 Política de servicio al cliente y garantías

Uno de los principales factores que se tomarán en cuenta es la calidad del servicio para crear fidelización y así obtener mayor cantidad de clientes. Esto se debe implementar desde el primer contacto que tiene el cliente con la empresa ya que esto es uno de los puntos clave que definirá si el cliente permanece con nosotros u opta por la competencia.

La respuesta que se dé al cliente ante cualquier duda debe ser inmediata en el mismo día de ser posible, ya que esto es uno de los principales problemas que se tiene en Estados Unidos debido al tiempo de espera que deben tener para poder adquirir el servicio, por lo tanto es vital que las respuestas sean inmediatas.

Para poder integrar el marketing, las ventas y los servicios se busca realizar un plan de seguimiento a cada uno de los clientes, a través de CRM (Customer Relationship Management).

Adicional para la implementación de este proyecto se ha visto la necesidad de realizar los siguientes pasos para tener mayor credibilidad, presencia y ventajas en Estados Unidos:

- Es necesario obtener una certificación de la JCI (Joint Commission International) la cual identifica, mide y comparte con el mundo las mejores prácticas relacionadas con la calidad y la seguridad de los pacientes, brindando liderazgo y soluciones innovadoras para ayudar a las organizaciones de atención de la salud a mejorar el desempeño y los resultados en todos los entornos, con esto se podrá tener mayor credibilidad entre los Facilitadores médicos que se encuentran en Estados Unidos y puedan considerar a Ecuador como un destino para sus ventas.
- Es imprescindible que todo el personal (doctores, enfermeras, etc.) reciba capacitaciones y cursos del idioma inglés para poder captar un mayor número de pacientes.
- Es fundamental negociar con Facilitadores Médicos que se encuentren en Estados Unidos para que ellos sean los encargados de promocionar a Ecuador dentro del país.
- Es recomendable realizar alianzas con los Hospitales y Doctores de Estados Unidos para que sean ellos los que recomienden a sus pacientes realizar turismo médico dentro del Ecuador y siendo ellos los que participen como observadores, ya que de esta manera tendríamos un mayor prestigio y se lograría obtener un intercambio de tecnología y capacitaciones.

4.5 Promoción y Publicidad

Para este punto es necesario conseguir alianzas con Facilitadores de Turismo Médico que se encuentren dentro de Estados Unidos (Joint Commission International). Los facilitadores de Turismo Médico son agencias que actúan como facilitadores entre los pacientes y los servicios que se desean adquirir, estos cumplen uno de los roles más importantes al momento de realizar la promoción y el crecimiento del Turismo médico, ya que para los pacientes en

busca de este servicio son el primer punto de contacto para adquirir cualquier información que sea necesaria. (Colombia Medical Tours)

Por lo tanto para poder generar mayor conocimiento de nuestra empresa en mención es necesario tener un aliado en la promoción del servicio para que más personas dentro de Estados Unidos conozcan sobre nuestra empresa y este dentro de sus primeras opciones el destino del Ecuador.

Adicional es importante recalca que para la promoción del negocio es indispensable el uso de la tecnología.

Según un estudio realizado en Nicaragua sobre el turismo médico aseguran que existen ciertos factores y condicionantes que podrían llevar al éxito:

1. Promoción y Distribución:
 - a. Alianzas con Facilitadores, Hospitales y médicos reconocidos dentro de Estados Unidos
 - b. Segmentar el Mercado
2. Producto:
 - a. Precios, este punto va a ser uno de los factores más importantes a tomar en cuenta al momento de tomar la decisión de realizar turismo médico
 - b. Elegir los procedimientos médicos más demandados
3. Personal Médico:
 - a. Médicos y enfermeras con las mejores calificaciones y certificaciones (tomando en cuenta que deben ser bilingües)
4. Capacitación constante:
 - a. Científica
 - b. Técnica
 - c. Idiomas (en este caso sería idioma Inglés)
5. Certificaciones y Calificaciones
 - a. JCI
 - b. Educación Continua

6. Operaciones:
 - a. Alojamiento con condiciones pre y post operatorias
 - b. Transporte bilingüe y especializado
 - c. Entretenimiento y Turismo con guías bilingües
7. Imagen y Posicionamiento de Marca
 - a. Confianza en los Servicios médicos del país
 - b. Calidad de los Equipos e infraestructura
 - c. Avance tecnológico en equipos y sistemas (Farias L. M., 2011)

4.6 Distribución

La distribución como se ha mencionado anteriormente se lo realizará por medio de alianzas con facilitadores médicos, a través de una página web la cual brinde la información necesaria para cualquier duda que pueda tener el cliente y es de vital importancia tomar en cuenta de la influencia que tienen las personas al momento de tomar una decisión por lo que es recomendable realizar entrevistas a Ecuatorianos que residan en Estados Unidos y ellos cuenten su propia experiencia y poder tener mayor credibilidad.

4.7 Producto

El producto que ya a ser ofertado van a ser tres paquetes turísticos (A, B y C) con tres tratamientos dentales.

Los tratamientos dentales que se van a ofertar son:

- Implante Dental
- Extracción del Tercer Molar
- Coronas de Porcelana

El tema de los paquetes turísticos va a consistir en lo siguiente:

4.7.1 Paquete A

Quito escénico y Bosque Nublado

Día 1. Arribo a Quito (Transfer Tababela-Hotel)

El día uno es un día tranquilo, comprende el traslado desde el Aeropuerto Mariscal Sucre en el sector de Tababela hasta el centro de la ciudad al Hotel Rincón Escandinavo.

El Hotel Rincón Escandinavo es un comfortable hotel ubicado en una calle tranquila, en el borde mismo de la principal área turística de Quito. Está a solo 3 minutos de los principales restaurantes, bares, centros nocturnos y tiendas.

Es muy conocido por su amigable personal, con atención personalizada, siempre uno de sus propietarios estará ahí para atenderle y hacerlo sentir como en casa. El hotel fue diseñado especialmente para aquellos que requieren de un buen servicio, hospitalidad y especial cuidado por los detalles.

Una vez hospedado el cliente se realizará el transfer del hotel al Consultorio Dental para revisión general, diagnóstico y radiografías. Este día no incluye visita a ningún centro turístico.

Día 2. Quito-Centro Odontológico-Hotel Escandinavo

El día dos es un día invertido completamente para la revisión médica dental, este paquete incluye la operación de los terceros molares. Cuya operación dependiendo de la complejidad puede tomar entre dos a cuatro horas.

Posterior a la operación se requiere el traslado del paciente al Hotel y en caso de que requiera el cliente la compra de medicina cuyo valor es personal, la agencia solo facilita la logística.

Día 3. Quito City Tour-Monumento a la Mitad del Mundo-Mindo

Una vez recuperado el paciente iniciamos el itinerario vacacional posterior al desayuno ligero.

Visitaremos en Centro Histórico de Quito, uno de los mejor conservados de América, que fue declarado por la Unesco Patrimonio Cultural de la Humanidad, en 1978. Aquí encontraremos hermosas y espectaculares iglesias, museos y conventos. Al sur del Centro Histórico, se encuentra El Panecillo, en cuya cima una estatua de 43 metros de la Virgen de Quito domina la ciudad. Desde El Panecillo podrá observar toda la ciudad y la avenida de los Volcanes, puesto que es el sitio ideal dentro del valle de Quito donde se pueden apreciar los Andes que la rodean.

Luego, visitaremos el monumento a la Mitad del Mundo, por donde pasa la línea ecuatorial. Aquí conoceremos sobre la expedición franco-española que visitó el país en 1736 para establecer la ubicación de la línea ecuatorial, bajo la dirección de Charles de la Condamine. En este lugar podremos poner un pie en el hemisferio norte y otro en el hemisferio sur, y visitaremos el Museo Etnológico, ubicado dentro del monumento. Finalmente, conoceremos en Museo Intiñán, ubicado cerca del monumento a la Mitad el Mundo, donde tendremos la oportunidad de divertirnos con algunos experimentos que solo pueden hacerse en la verdadera mitad del mundo. Podremos descubrir cómo perder peso en segundos o cómo mantener un huevo parado sobre la cabeza de un clavo. Seguramente esta visita le proveerá de muchas fotos interesantes.

Después de la visita al complejo partiremos con dirección al noroccidente de la Provincia para pernoctar en Sachatamia, hotel ubicado en la zona de Mindo.

Día 4. Mindo-Mariposario-Orquidiario

Antes del desayuno y muy temprano por la mañana, nos dirigiremos a la observación del Gallo de la Pena, ritual de un ave insigne de los bosques nublados del Ecuador y muy en especial de la zona de Mindo, después de avistamiento regreso al hotel para tomar el desayuno.

A media mañana nos dirigiremos al poblado de Mindo, donde visitaremos el Mariposario y Orquidiario con una pequeña caminata por la zona y observar aves en los caminos que conducen al río Cristal. Almuerzo y Cena incluidas.

Día 5. Mindo-Tulipe-Quito (Tababela)

Después del desayuno, nos prepararemos para realizar una caminata por la reserva de bosque primario y secundario del hotel. Interesante para la observación de aves en el bosque, regreso al hotel donde nos dirigiremos al poblado de Tulipe, almuerzo en el camino.

En este lugar se podrá apreciar todo el complejo de piscinas desarrollado por culturas pre-incásicas donde se puede apreciar el conocimiento del solsticio y equinoccios muy importante para los calendarios agrícolas de las culturas ancestrales. Regreso a la ciudad de Quito directo al Aeropuerto localizado en Tababela.

Entrega de souvenirs fin del viaje.

4.7.2 Paquete B

Quito escénico-Bosque Nublado-Lagos

Día 1. Arribo a Quito (Transfer Tababela-Hotel)

El día uno es un día tranquilo, comprende el traslado desde el Aeropuerto Mariscal Sucre en el sector de Tababela hasta el centro de la ciudad al Hotel Rincón Escandinavo.

El Hotel Rincón Escandinavo es un comfortable hotel ubicado en una calle tranquila, en el borde mismo de la principal área turística de Quito. Está a solo 3 minutos de los principales restaurantes, bares, centros nocturnos y tiendas.

Es muy conocido por su amigable personal, con atención personalizada, siempre uno de sus propietarios estará ahí para atenderle y hacerlo sentir

como en casa. El hotel fue diseñado especialmente para aquellos que requieren de un buen servicio, hospitalidad y especial cuidado por los detalles.

Una vez hospedado el cliente se realizará el transfer del hotel al Consultorio Dental para revisión general, diagnóstico y radiografías. Este día no incluye visita a ningún centro turístico.

Día 2. Quito-Centro Odontológico-Hotel Escandinavo

El día dos es un día invertido completamente para la revisión médica dental, este paquete está destinado para un tratamiento dental leve y de baja complejidad. Posterior al tratamiento u operación, se realizará el traslado del paciente al hotel y en caso de que requiera el cliente la compra de medicina cuyo gasto es personal, la agencia facilita la logística.

Día 3. Quito-Centro Odontológico-Hotel Escandinavo

El día tres es un día para el descanso, este paquete está destinado para un tratamiento dental medio y complejidad media. El servicio de la operadora de turismo facilitará la compra de medicina en el caso de requerirla.

Día 4. Quito City Tour-Monumento a la Mitad del Mundo-Mindo

Una vez recuperado el paciente iniciamos el itinerario vacacional posterior al desayuno ligero.

Visitaremos en Centro Histórico de Quito, uno de los mejor conservados de América, que fue declarado por la Unesco Patrimonio Cultural de la Humanidad, en 1978. Aquí encontraremos hermosas y espectaculares iglesias, museos y conventos. Al sur del Centro Histórico, se encuentra El Panecillo, en cuya cima una estatua de 43 metros de la Virgen de Quito domina la ciudad. Desde El Panecillo podrá observar toda la ciudad y la avenida de los Volcanes, puesto que es el sitio ideal dentro del valle de Quito donde se pueden apreciar los Andes que la rodean.

Luego, visitaremos el monumento a la Mitad del Mundo, por donde pasa la línea ecuatorial. Aquí conoceremos sobre la expedición franco-española que visitó el país en 1736 para establecer la ubicación de la línea ecuatorial, bajo la dirección de Charles de la Condamine. En este lugar podremos poner un pie en el hemisferio norte y otro en el hemisferio sur, y visitaremos el Museo Etnológico, ubicado dentro del monumento. Finalmente, conoceremos en Museo Intiñán, ubicado cerca del monumento a la Mitad el Mundo, donde tendremos la oportunidad de divertirnos con algunos experimentos que solo pueden hacerse en la verdadera mitad del mundo. Podremos descubrir cómo perder peso en segundos o cómo mantener un huevo parado sobre la cabeza de un clavo. Seguramente esta visita le proveerá de muchas fotos interesantes. Después de la visita al complejo partiremos con dirección al noroccidente de la Provincia para pernoctar en Sachatamia, hotel ubicado en la zona de Mindo.

Día 5. Mindo-Mariposario-Orquidiario-Tulipe-Mindo

Antes del desayuno y muy temprano por la mañana, nos dirigiremos a la observación del Gallo de la Pena, ritual de un ave insigne de los bosques nublados del Ecuador y muy en especial de la zona de Mindo, después de avistamiento regreso al hotel para tomar el desayuno. A media mañana nos dirigiremos al poblado de Mindo, donde visitaremos el Mariposario y Orquidiario con una pequeña caminata por la zona y observar aves en los caminos que conducen al Rio Cristal. Almuerzo y Cena incluidas.

Día 6. Mindo-Tulipe-Nangulvi

Después del desayuno, nos prepararemos para realizar una caminata por la reserva de bosque primario y secundario del hotel. Interesante para la observación de aves en el bosque, regreso al hotel donde nos dirigiremos al poblado de Tulipe, almuerzo en el camino.

En este lugar se podrá apreciar todo el complejo de piscinas desarrollado por culturas pre-incásicas donde se puede apreciar el conocimiento del solsticio y

equinoccios muy importante para los calendarios agrícolas de las culturas ancestrales.

Posteriormente nos dirigiremos a uno de los Valles más preciados del noroccidente y cuya historia remarca una lucha por la preservación de los recursos naturales contra la actividad minera es el denominado Valle del Intag. Aquí nos hospedaremos en el Complejo Nangulvi que incluye desayuno y acceso al complejo de termas.

Día 7. Nangulvi-Cotacachi-Otavallo-Quito

Por la mañana antes del desayuno visitaremos una granja cuyo principal producto es el café orgánico aquí desayunaremos prácticamente de la mata a la cafetera.

En el trayecto Nangulví-Cotacachi haremos una parada estratégica en el Mirador de la Laguna de Cuicocha, la misma que está ubicada a pocos kilómetros de Cotacachi, nace de la implosión del volcán y posee dos islotes en su centro, considerada como una de las más hermosas de la Provincia, denominada así por la presencia de muchos cuyes en sus islotes. Forma parte de la Reserva Cotacachi-Cayapas y posee un sendero que la rodea ofreciendo una espectacular vista.

A nuestro arribo a Cotacachi probaremos una de los platos típicos del sector de los lagos conocida como “las carnes coloradas”, haremos un circuito de visita a varias tiendas de cuero puesto que es la especialidad de manufactura del sector y nos trasladaremos a Otavallo para pernoctar ahí.

El último día comprende la visita a Otavallo, su mercado reconocido internacionalmente por su feria de artesanías (textiles, cerámicas y pictóricas) y el respectivo traslado a Quito al aeropuerto ubicado en Tababela.

Entrega de souvenirs fin del viaje.

4.7.3 Paquete C

Quito escénico-Bosque Nublado-Los Lagos-Avenida de los Volcanes

Día 1. Arribo a Quito (Transfer Tababela-Hotel)

El día uno es un día tranquilo, comprende el traslado desde el Aeropuerto Mariscal Sucre en el sector de Tababela hasta el centro de la ciudad al Hotel Rincón Escandinavo.

El Hotel Rincón Escandinavo es un comfortable hotel ubicado en una calle tranquila, en el borde mismo de la principal área turística de Quito. Está a solo 3 minutos de los principales restaurantes, bares, centros nocturnos y tiendas.

Es muy conocido por su amigable personal, con atención personalizada, siempre uno de sus propietarios estará ahí para atenderle y hacerlo sentir como en casa. El hotel fue diseñado especialmente para aquellos que requieren de un buen servicio, hospitalidad y especial cuidado por los detalles. Una vez hospedado el cliente se realizará el transfer del hotel al Consultorio Dental para revisión general, diagnóstico y radiografías. Este día no incluye visita a ningún centro turístico.

Día 2. Quito-Centro Odontológico-Hotel Escandinavo

El día dos es un día invertido completamente para la revisión médica dental, este paquete está destinado para un tratamiento dental que se cubre en dos fases como continuación a la implementación de un implante este tratamiento es de complejidad avanzada porque requiere una revisión periódica por 15 días, hasta que se determine que el paciente puede retornar a su país de origen.

Posterior al tratamiento u operación, se realizará el traslado del paciente al hotel y en caso de que requiera el cliente la compra de medicina cuyo gasto es personal, la agencia facilita la logística.

Día 3. Quito City Tour-Monumento a la Mitad del Mundo-Mindo

Una vez recuperado el paciente iniciamos el itinerario vacacional posterior al desayuno ligero.

Visitaremos en Centro Histórico de Quito, uno de los mejor conservados de América, que fue declarado por la Unesco Patrimonio Cultural de la Humanidad, en 1978. Aquí encontraremos hermosas y espectaculares iglesias, museos y conventos. Al sur del Centro Histórico, se encuentra El Panecillo, en cuya cima una estatua de 43 metros de la Virgen de Quito domina la ciudad. Desde El Panecillo podrá observar toda la ciudad y la avenida de los Volcanes, puesto que es el sitio ideal dentro del valle de Quito donde se pueden apreciar los Andes que la rodean.

Luego, visitaremos el monumento a la Mitad del Mundo, por donde pasa la línea ecuatorial. Aquí conoceremos sobre la expedición franco-española que visitó el país en 1736 para establecer la ubicación de la línea ecuatorial, bajo la dirección de Charles de la Condamine. En este lugar podremos poner un pie en el hemisferio norte y otro en el hemisferio sur, y visitaremos el Museo Etnológico, ubicado dentro del monumento. Finalmente, conoceremos en Museo Intiñán, ubicado cerca del monumento a la Mitad el Mundo, donde tendremos la oportunidad de divertirnos con algunos experimentos que solo pueden hacerse en la verdadera mitad del mundo. Podremos descubrir cómo perder peso en segundos o cómo mantener un huevo parado sobre la cabeza de un clavo. Seguramente esta visita le proveerá de muchas fotos interesantes. Después de la visita al complejo partiremos con dirección al noroccidente de la Provincia para pernoctar en Sachatamia, hotel ubicado en la zona de Mindo.

Día 4. Mindo-Mariposario-Orquidiario-Tulipe-Mindo

Antes del desayuno y muy temprano por la mañana, nos dirigiremos a la observación del Gallo de la Pena, ritual de un ave insigne de los bosques nublados del Ecuador y muy en especial de la zona de Mindo, después de avistamiento regreso al hotel para tomar el desayuno. A media mañana nos

dirigiremos al poblado de Mindo, donde visitaremos el Mariposario y Orquidiario con una pequeña caminata por la zona y observar aves en los caminos que conducen al Rio Cristal. Almuerzo y Cena incluidas.

Día 5. Mindo-Tulipe-Nangulvi

Después del desayuno, nos prepararemos para realizar una caminata por la reserva de bosque primario y secundario del hotel. Interesante para la observación de aves en el bosque, regreso al hotel donde nos dirigiremos al poblado de Tulipe, almuerzo en el camino.

En este lugar se podrá apreciar todo el complejo de piscinas desarrollado por culturas pre-incásicas donde se puede apreciar el conocimiento del solsticio y equinoccios muy importante para los calendarios agrícolas de las culturas ancestrales.

Posteriormente nos dirigiremos a uno de los Valles más preciados del noroccidente y cuya historia remarca una lucha por la preservación de los recursos naturales contra la actividad minera es el denominado Valle del Intag. Aquí nos hospedaremos en el Complejo Nangulvi que incluye desayuno y acceso al complejo de termas.

Día 6. Nangulvi-Cotacachi-Otavalo-Quito

Por la mañana antes del desayuno visitaremos una granja cuyo principal producto es el café orgánico aquí desayunaremos prácticamente de la mata a la cafetera.

En el trayecto Nangulví-Cotacachi haremos una parada estratégica en el Mirador de la Laguna de Cuicocha, la misma que está ubicada a pocos kilómetros de Cotacachi, nace de la implosión del volcán y posee dos islotes en su centro, considerada como una de las más hermosas de la Provincia, denominada así por la presencia de muchos cuyes en sus islotes. Forma parte

de la Reserva Cotacachi-Cayapas y posee un sendero que la rodea ofreciendo una espectacular vista.

A nuestro arribo a Cotacachi probaremos una de los platos típicos del sector de los lagos conocida como “las carnes coloradas”, haremos un circuito de visita a varias tiendas de cuero puesto que es la especialidad de manufactura del sector y nos trasladaremos a Otavalo

En Otavalo visitaremos su mercado reconocido internacionalmente por la calidad y diversidad de artesanías (textiles, cerámicas y pictóricas) y el respectivo traslado a Quito.

Día 7. Quito-Centro Odontológico-Hotel Escandinavo

El servicio de la operadora facilitará el traslado del paciente al centro odontológico para la respectiva revisión, la compra de medicina en el caso de requerirla, la misma que debe ser solventada por el paciente.

Día 8. Quito-Tambopaxi

Posterior a la segunda revisión reiniciamos la actividad turística con un deleite del paisaje y sin mucha actividad física. Nos trasladaremos al sector del Cotopaxi específicamente a la hacienda Tambopaxi donde podremos apreciar flora y fauna nativa, majestuosos paisajes acompañados por el volcán Cotopaxi y la laguna de Limpiopungo.

Disfrutaremos de una velada junto a la chimenea y a un canelaso (bebida obtenida de la combinación de especias y naranjillas, típica de tierras frías) que puede servirse sin alcohol.

Día 9. Tambopaxi-Tigua-Quilotoa

Al día siguiente en las inmediaciones de la misma provincia nos trasladaremos a otro volcán conocido como Quilotoa, cuyas características no son nada similares puesto a que su actividad cesó hace miles de años y dentro del cráter

actualmente existe una laguna de color turquesa cuya intensidad cambia con las características climáticas.

Sin embargo antes de llegar a este esplendoroso paisaje haremos una parada estratégica en el sector de Zumbahua donde los pintores de Tigua resaltan por la singularidad de sus pinturas y caretas.

El inicio de la pintura en Tigua se debe a Julio Toaquiza habitante de la comunidad comenzó a utilizar tambores de madera para sus pinturas. Julio explica que su decisión de convertirse en pintor nace a partir de un sueño y un encuentro con un anciano Shaman.

Los pinceles son de plumas de gallina; el material es anilina, las pinturas de Tigua representan la cotidianidad visible en los Andes ecuatorianos, el frío de páramo y las nubes cargadas de lluvia las mismas que en sus manos toman inmediatamente tonos de colores.

Día 10. Quilotoa-Salcedo-Baños

Después de nuestra visita a este rincón de colores nos trasladaremos a la ciudad ubicada a las puertas de la mamá Tungurahua, conocida como Baños de Agua Santa. Este es un lugar idóneo para el descanso y relax determinado por las termas provenientes del mismo volcán o por lo contrario de mucha adrenalina puesto que es reconocido por sus deportes de aventura.

Previó a nuestro arribo a Baños y para endulzar el paladar conoceremos y probaremos los “auténticos helados de Salcedo”, ciudad caracterizada por la venta de helados de crema cuyas capas de sabores provino del invento de Monjitas Franciscanas quienes lograron “sacar los helados del convento y liberarlo para el mundo”. Este día pernoctaremos en Baños después de un relajante baño termal.

Día 11. Baños-Casa del árbol-Pailón del Diablo-Baños

El día siguiente por la mañana tenemos dos lugares específicos de visita la Casa del Árbol y el Pailón del Diablo.

La Casa del Árbol. Es un lugar perfecto como para disfrutar un PICNIC con amigos o la familia, de igual manera disfrutar de las fabulosas vistas del volcán Tungurahua y las montañas que rodean la ciudad de Baños Ecuador, y si gustas y no tienes miedo a las alturas y la adrenalina porque no subirte al más famoso columpio (mecedora) que tiene el Ecuador.

Si tienes suerte podrás presenciar una interesante charla sobre el sin número de erupciones suscitadas a lo largo de los últimos 15 años a cargo del experto y vigía del Instituto geográfico Militar el Sr. Carlos Sánchez, en ésta conversación podrá observar el diferente tipo de rocas volcánicas expulsadas, las fases eruptivas, y conocer a fondo a la majestuosa Mama Tungurahua.

Pailón del Diablo. El Pailón del Diablo es una enorme cascada ubicada a 30 minutos de la ciudad de Baños, en la vía que conduce a Puyo (Pastaza), en la parroquia de Río Verde. Considerada como uno de los mayores atractivos de la zona; su nombre se debe a la formación similar de una paila y además cuando se la observa desde el puente colgante, en la roca se divisa la cara del diablo.

Regresamos a Baños para pernoctar.

Día 12. Baños-Riobamba (Estación de Urbina-Baltazar Ushca)

A la mañana siguiente retornaremos nuestro viaje por la Avenida de los Volcanes, es turno del Chimborazo conocido como el Coloso de los Andes o el punto más cercano al sol, nombre que tiene mucho de verdad puesto que si medimos un punto desde el centro de la tierra a la cima del Chimborazo tendremos la mayor longitud alcanzable sobre la superficie de la tierra, es decir es el punto más cercano al espacio exterior.

Visitaremos la Reserva de Producción Faunística Chimborazo reconocida por la reintroducción de llamas a partir de la década de los 80, la cual ha tenido un

éxito rotundo y que actualmente constituye una actividad económica para las poblaciones aledañas.

También recorreremos en nuestro camino la Estación de Urbina y nos deleitaremos con las anécdotas de Baltazar Ushca conocido como el último hielero del Chimborazo. Pernoctaremos en la Sultana de los Andes o Riobamba.

Día 13. Riobamba (Cacha)

Al día siguiente y para dar un poco de descanso al alma y los pies nos dirigimos a la parroquia de Cacha. Este lugar poco conocido es un claro ejemplo del trabajo comunitario. Cacha, es una parroquia rural indígena dedicada a las actividades agrícolas, artesanales y turísticas. Es una de las nacionalidades indígenas del Ecuador y pueblo milenario de la nacionalidad Puruhá, tierra y cuna de los reyes Duchicelas que gobernaron la nación Puruhá desde antes de la llegada de los Caras-Shyris. Su trabajo duro y esfuerzo pueden verse contruidos cuando visitemos y nos hospedemos en Pucara Tambo un complejo turístico comunitario.

Día 14. Quito-Centro Odontológico-Hotel Escandinavo

Muy por la mañana y para aprovechar el día retornaremos a Quito para la última revisión. Posterior a la revisión y cuando todo culmine satisfactoriamente se trasladará al paciente al hotel, acordando el transfer para el día siguiente en la ruta Quito-Tababela. Entrega de souvenirs fin del viaje.

5. CAPITULO V. DISEÑO Y PLANES DE DESARROLLO

En el presente capítulo se busca detallar los procesos a llevarse a cabo para que la operación y producción sea un éxito.

5.1 Estado actual de desarrollo y actividades pendientes

De acuerdo a SMEToolkit, las empresas conocen seis etapas de desarrollo, las cuales se detallan a continuación (mexico.smetoolkit.org, 2015):

- I. Previsión y Planeamiento
- II. Organización
- III. Dirección
- IV. Integración de Recursos Humanos y No Humanos
- V. Ejecución
- VI. Evaluación

La etapa de planeación y previsión en la cual se encuentra este proyecto, es en la cual todos los negocios inician, ya que se desea definir lo siguientes parámetros: (mexico.smetoolkit.org, 2015):

- Misión, Visión y Objetivos definidos
- Políticas y Procedimientos determinados
- Planes y Programas de Trabajo elaborados
- Mercado y Entorno delimitado y definido
- Conocimiento objetivo de la realidad: (recursos, posibilidades, etc.)
- Viabilidad del proyecto definida

En esta obra se realizarán también algunos de las características pertenecientes a la fase de Organización, como son (mexico.smetoolkit.org, 2015):

- Establecimiento de procesos
- Definición de horarios y espacios físicos

- Determinación de estructura jerárquica
- Delimitación clara de funciones de cada funcionario

Sin embargo, existen algunos puntos que no son cubiertos por este trabajo, razón por la cual no puede cumplir con todos los requisitos exigidos para estar en la segunda etapa de desarrollo. Las fases faltantes son las siguientes (mexico.smetoolkit.org, 2015):

- Reglamento interno de trabajo y manuales de procedimientos
- Seguridad y Autonomía del Personal

Para alcanzar la etapa de Ejecución del proyecto es necesario cumplir los pasos previos y sus respectivos parámetros, de los cuales podemos recalcar las siguientes características (mexico.smetoolkit.org, 2015):

- Integración de grupos de trabajo
- Establecimiento de la autoridad
- Adquisición de bienes físicos destinados a la actividad de la empresa
- Cuidado de los bienes físicos (instalaciones, mobiliario, equipos, etc.)
- Selección y entrenamiento de los recursos humanos
- Compromiso de la empresa y sus trabajadores
- Uso adecuado de los recursos de la compañía
- Cumplimiento de metas y plazos

5.2 Dificultades y riesgos

En este campo hay que tomar en consideración varios aspectos al momento de acordar con un paciente. Según News Medical (The Latest Developments in Life Sciences & Medicine) indica que las diversas normas con respecto a los hospitales y médicos pueden ser un problema, ya que cada país por lo general tiene sus propios protocolos de certificación y licencias; por estos motivos es

primordial tener una mayor familiaridad con los protocolos que cada país de destino tenga.

El turismo médico aumenta el riesgo de infecciones adquiridas en los hospitales, para lo cual News Medical indica como ejemplo: si las agujas son reutilizadas entre pacientes u otras prácticas de inyección inseguras.

Los pacientes que cruzan las fronteras también están expuestos a infecciones que normalmente no adquirirían, lo que genera un riesgo de salud pública al momento de regresar a casa.

Realizar largos viajes después de una operación también puede ocasionar varios problemas en el paciente como una trombosis venosa profunda o embolia pulmonar; sin embargo esto se puede evitar de cierta manera bebiendo mucha agua, realizar caminatas cada 2 o 3 horas dentro del avión, utilizar medias de compresión y medicamentos anticoagulantes.

Adicional es importante recalcar que en el caso de existir alguna complicación médica los pacientes pueden quedar sin oportunidad de reclamar debido a las múltiples jurisdicciones y falta de claridad en los términos de los cuales debe aplicarse la ley por lo que soluciones legales válidas son más difíciles de establecer. (Mestrovic, 2014)

Según lo mencionado anteriormente creo que es de suma importancia que las dos partes entiendan a la perfección las condiciones que se van a establecer y manejar en caso de existir alguna complicación después de realizado el tratamiento médico.

Es importante mencionar que otras de las dificultades que pueden existir en este sector es el costo que existe para el tema de licencias y certificaciones que la empresa necesita para poder ir garantizando la calidad del servicio que se brinda a todos los pacientes. Otro de los puntos a tomar en cuenta es el

tema del personal que se contratará para brindar el servicio directo a los pacientes, ya que los mismo deben ser altamente calificados y orientados al servicio en todo momento, al igual que el personal de las empresas con las que realicemos alianzas estratégicas deben tener el mismo enfoque de servicio, para lo cual se debe hacer varias calificaciones al personal de las empresas con las cuales trabajaremos. Otro de los riesgos que se presentan en el proyecto es la competencia que existe a nivel mundial y más en casos de países vecinos como es el caso de Colombia, el cual tiene este sector mucho más desarrollado y cuanta con un mayor apoyo por parte del gobierno.

Sin embargo cabe recalcar que existen varias oportunidades dentro del mercado que se consideran para que este proyecto sea sostenible en el tiempo, una de ellas es que la política del país siga estando estable en el sentido que el gobierno ecuatoriano está brindando un gran apoyo al sector turístico con la campaña “All you need is Ecuador” al igual que en el área de la medicina, por lo que se espera que el apoyo a estos sectores siga en aumento y se lo tome como al turismo médico como un área de importancia a nivel país. La rentabilidad de este proyecto es otro de los factores que se espera por parte de los accionistas ya que esto determinará que tan viable es el proyecto que se desea ejecutar. Es importante tomar en cuenta que en este sector la demanda que existe a nivel mundial es muy grande, por lo que se espera ir aumentando nuestro nicho de mercada para de esta manera tener un mayor flujo de trabajo.

5.3 Mejoramiento del producto y nuevos productos

El turismo médico es un campo que abarca varias ramas, por lo que en un inicio estaremos enfocados únicamente en la odontología y en la provincia de Pichincha, por lo que primero empezaremos abarcando más tratamientos odontológicos para después irnos enfocando en las otras áreas de la medicina como es el la cirugía estética que es otro de los tratamientos con mayor demanda a nivel mundial y después nos iremos enfocando en otros lugares turísticos dentro del país que no se encuentren únicamente en la provincia de

Pichincha. Ecuador al ser un país con una biodiversidad tan grande nos da la oportunidad de brindar grandes experiencias turísticas en todas las regiones.

5.4 Costos de desarrollo proyectados

Tabla 9. Costos de desarrollo proyectados

<input type="checkbox"/>	Compra Oficina 60 m2 en Quito	\$ 65.000,00
<input type="checkbox"/>	Diseño de la oficina	\$ 3.000,00
<input type="checkbox"/>	Muebles de oficina	\$ 5.700,00
TOTAL APROXIMADO		\$ 73.700,00

5.5 Propiedad intelectual (patentes y licencias)

En el caso del negocio de turismo médico el tema de la propiedad intelectual se referirá únicamente al nombre del negocio, ya que no es un producto nuevo.

Los pasos para la inscripción de una compañía nueva son los siguientes (Redacción Economía, 2013):

- El primer paso para la inscripción de una nueva compañía es la definición de su estructura legal. En el caso de este trabajo sería una Compañía Limitada.
- Posteriormente se deberá reservar el nombre de la empresa en el balcón de servicio de la Superintendencia de Compañías. En el mismo se revisará que no exista otra firma con el mismo nombre. Una vez revisado, se escribirán los estatutos, los cuales son validados por la minuta de un abogado.
- Después a esto se debe abrir una cuenta bancaria donde se integrará el capital de los socios.
- Se deberá llevar los documentos obtenidos en los pasos previos a una notaría, donde se elevará a escritura pública.

- A continuación se debe llevar dicha escritura a la Superintendencia de Compañías para que se aprueben los estatutos. Una vez aprobados este organismo emitirá una resolución, la cual debe ser publicada en un periódico de circulación nacional.
- Una vez alcanzada esta etapa, se harán los tramites de patente municipal y la inscripción en el Registro Mercantil. Solventados estas fases se podrá abrir el RUC.

Finalmente, se convocará a la primera junta de accionistas para elegir al representante de la empresa. Con este procedimiento se inscribe el nombramiento del administrador de la misma y la compañía estará definitivamente constituida.

Para registrar la propiedad intelectual sobre la empresa, se deben realizar los siguientes pasos en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI, 2015):

- Se debe generar (vía Web) un usuario en la página del IEPI para el registro de la marca.
- Posteriormente se debe acercar a la ventanilla del IEPI con los siguientes documentos:
 - Logo
 - Escritura constitución de la empresa
 - Estatutos
 - Copia de Cedula y papeleta de votación del representante legal
 - Nombramiento del representante legal
 - Copia del RUC
 - Muestra impresa del logo en adhesivo de la marca a registrar (tamaño de 5cm*5cm)
 - Determinar las actividades a la que la empresa se rige

Todos los documentos, originales y copias, deben estar notariados.

- A continuación el IEPI realiza un análisis en el mercado para revisar que no exista la marca o algo parecido. Este proceso toma varios meses.
- Tras pasar el examen de forma, se publica a la marca en la Gaceta de Propiedad Intelectual, para que terceras personas conozcan sobre la petición realizada.
- De no existir oposición, se le efectúa a la marca el examen de registrabilidad.
- De aprobar esta evaluación, se emite la resolución de aceptación o rechazo al registro.
- En caso de concesión, el trámite finaliza con la entrega del título de registro de propiedad intelectual por parte del IEPI.

6. CAPÍTULO VI. PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN

6.1 Estrategia de operaciones

El proceso debe funcionar de una manera en la cual el tiempo de respuesta al cliente sea el menor posible sin dejar de lado el flujo correcto de las actividades que hay que desarrollar.

La carta de presentación está basada en el servicio al cliente por lo que la rapidez en las respuestas a las inquietudes que se puedan presentar es lo primordial para generar mayores beneficios en el cliente y obteniendo mayor fidelización con los mismos.

6.2 Ciclo de operaciones

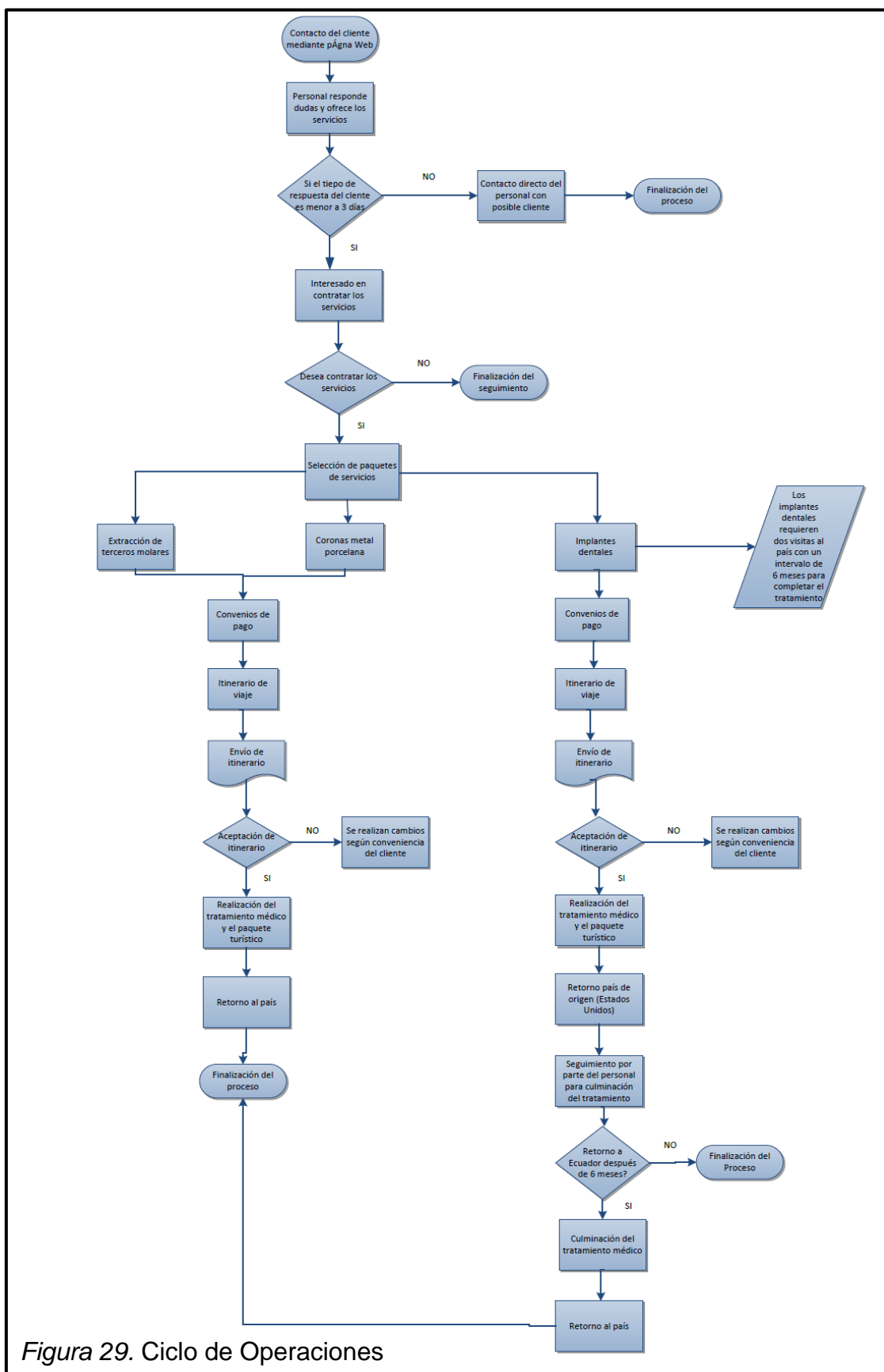


Figura 29. Ciclo de Operaciones

6.3 Requerimiento de Equipos y Herramientas

Para la realización de este proyecto necesitamos los siguientes materiales:

- 7 Laptops
- 4 teléfonos fijos
- 7 Celulares
- 1 Televisor
- 1 Impresora (con copiadora y scanner)
- 7 Escritorios
- 7 Sillas
- 2 Sillones
- 2 Archivadores

Tabla 10: Equipamiento y Herramientas

Equipamiento y Herramientas			
Articulo	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadora	7	\$ 802,68	\$ 5.618,76
Teléfonos	4	\$ 24,90	\$ 99,60
Celulares HUAWEI	7	\$ 590,43	\$ 4.133,01
Televisor 50 Pulgadas	1	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
Impresora	1	\$ 356,25	\$ 356,25
Escritorios	7	\$ 277,96	\$ 1.945,72
Sillas	7	\$ 268,41	\$ 1.878,87
Sillones	2	\$ 555,49	\$ 1.110,98
Archivador	2	\$ 140,00	\$ 280,00
TOTAL			\$ 16.243,19
Tomado de: tventas.com, Muebles el bosque, Claro			

6.4 Instalaciones y Mejoras

La oficina se encuentra ubicada en la ciudad de Quito, en un área muy céntrica, en las calles El Tiempo N37-37 y El Comercio, detrás de la Matriz del Banco del Pacífico de la Av. Naciones Unidas. La oficina es de 60 metros cuadrados.

6.5 Localización Geográfica y Requerimiento de Espacio Físico

Según el libro Principios de Administración de Operaciones, es necesario determinar la situación geográfica de un negocio mediante la calificación de varios factores; lo cual ayuda a proporcionar objetividad al proceso. (Heizer & Render, 2009).

6.5.1 Macro localización

Zona Geográfica: Provincia de Pichincha (Ecuador)

Ciudad: Quito

Sector: Iñaquito

6.5.2 Micro localización

6.5.2.1 Factores Críticos

- Disponibilidad de servicios básicos
- Accesibilidad de transporte
- Disponibilidad de mano de obra

6.6 Capacidad de Almacenamiento y Manejo de Inventarios

Dado el tipo de negocio que se realiza en este estudio, no es necesario la creación de una bodega, ya que no se manejará ningún tipo de inventario.

6.7 Aspectos Regulatorios y Legales

En este punto es necesario tomar en cuenta que se trabajara mediante alianzas estratégicas con agencias de viajes y con los centros médicos odontológicos los cuales deben tener todos los permisos de funcionamiento necesario para el ejercicio al igual que nuestra empresa para garantizar la calidad de los servicios que se desean presentar.

En el caso de los establecimientos comerciales y de servicio los cuales son los sectores que se estudian y analizan en este proyecto es necesarios que adquieran el permiso de funcionamiento, este documento debe ser otorgado por la autoridad de salud a todos los establecimientos que estén sujetos a Control y Vigilancia Sanitaria. (Pública, 2013)

Para poder obtener el permiso de funcionamiento es necesario que los propietarios o los representantes legales de cada establecimiento presenten una solicitud dirigida al titular de la Dirección Provincial de Salud. (Pública, 2013)

En la solicitud se debe incluir la siguiente información:

- Nombre del representante legal
- Número de cédula o RUC
- Nombre o razón social del establecimiento
- Detallar la actividad que se realiza
- Croquis de la ubicación del establecimiento
- Plano del establecimiento a escala de 1:50
- Permisos otorgados por el cuerpo de Bomberos
- Copia de los certificados ocupacionales del personal. (Pública, 2013)

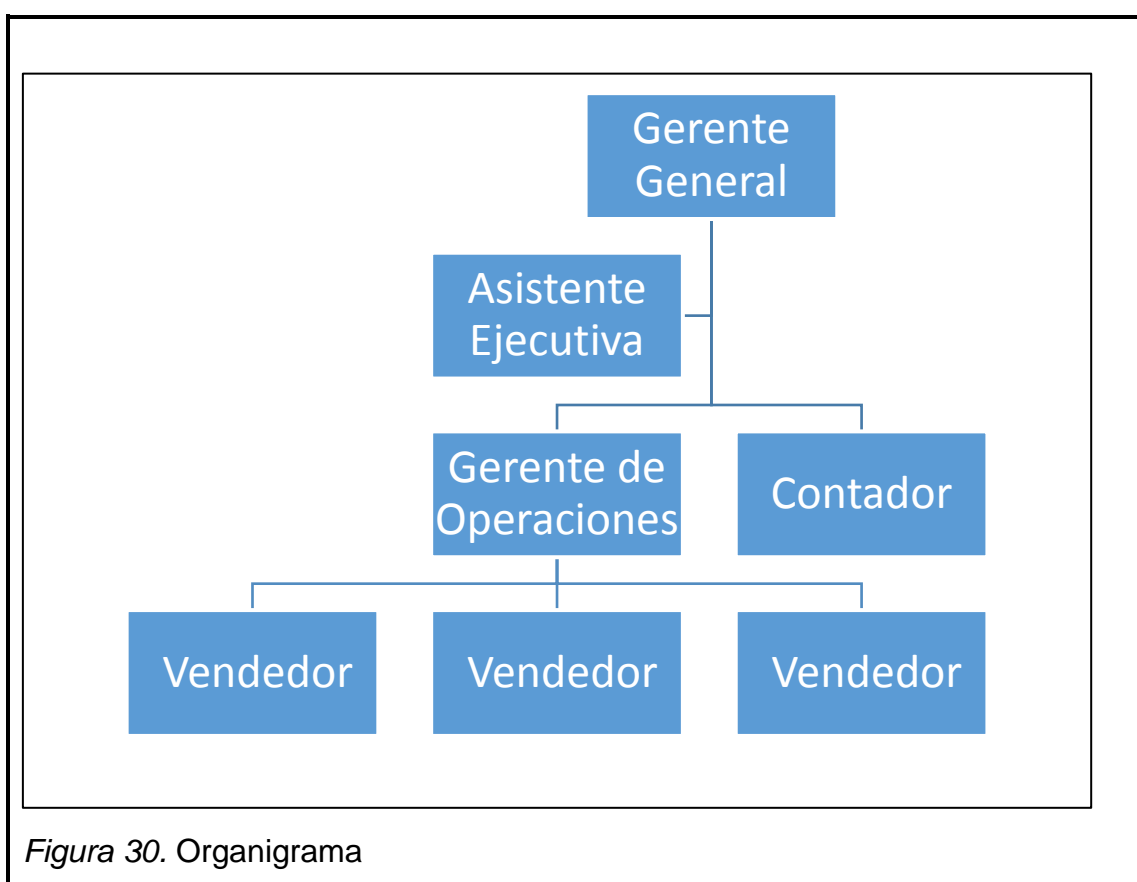
Una vez presentado todos los documentos podremos obtener el permiso de funcionamiento necesario para poder ejercer en el ejercicio deseado.

7. CAPÍTULO VII. EQUIPO GERENCIAL

7.1 Estructura organizacional

7.1.2 Organigrama

Un organigrama es considerado como el mapa de una empresa, en el cual se pueden observar las jerarquías, niveles ya actividades que cada colaborador desempeñará. (Anzola Rojas, 2010, p. 109)



7.2 Personal administrativo clave y sus responsabilidades

7.2.3 Descripción de funciones y cargo

A continuación se detallará cada una de las funciones

Gerente General: El Gerente General estará a cargo del área de Marketing, finanzas con ayuda del contador y de los Recursos Humanos. Entre las funciones que este desempeñará se encuentra la planeación de estrategias y actividades de mercadeo de la compañía; deberá asistir a cualquier tipo de congresos que sean relacionados con el giro del negocio, realizar alianzas con proveedores y aliados estratégicos en busca de mejores negociaciones. Se encargará de los temas de supervisión, capacitaciones, motivación y dirección de la fuerza personal.

- **Asistente Ejecutiva:** Esta persona también desempeñará el cargo de recepcionista, y estará pendiente de todo lo que conlleve la administración de una compañía en el día a día. Adicionalmente deberá ser un apoyo al Gerente General en las funciones que el mismo le delegue. Deberá atender las llamadas que se realicen a las oficinas y atender a los proveedores, clientes o cualquier persona que se acerque a las instalaciones en búsqueda de información.
- **Gerente de Operaciones:** Será el responsable por la calidad del servicio al momento de tratar con el cliente, sea vía web, telefónica o físicamente una vez que lleguen al país. Será el encargado de manejar el sistema de CRM con el afán de llevar un control de comportamiento de los clientes efectivos y potenciales. Además se encargará de la generación de los reportes del sistema y de monitorear el comportamiento de los usuarios en la página web ya a través de las redes sociales.
- **Contador:** Será el encargado de realizar los pagos de salarios, pago a proveedores, pago de recibos, pago de servicios básicos, etc. Será el responsable de realizar los cierres contables del mes, cálculo de pago de impuestos al final del año y cualquier.
- **Vendedores:** Estas personas tendrán contacto directo con los clientes desde que el cliente entra en contacto con nosotros, al momento de

llegar al país; hasta el retorno del paciente hacia su país de residencia. Además estarán a cargo de comunicarse con los hoteles y hospitales para realizar las citas y reservaciones respectivas una vez que el cliente desee venir al país y del ingreso de la información en el sistema CRM. Se encargarán de registrar al cliente en los tours que este desee participar y llevarán al paciente al aeropuerto en el día de salida del país. Por último, establecerán contacto con el cliente vía web una vez que este llegue a su país de residencia y estarán disponible para cualquier consulta post operación que el paciente quiera realizar y coordinación de reunión vía teleconferencia en caso de que fuera necesario.

7.2.4 Equipo de trabajo

El Equipo de trabajo hace referencia a un resumen breve de la educación, capacitaciones, experiencias y habilidades que debe reunir cada candidato a los diferentes puestos de trabajo que la organización necesite. (UDLA, 2014)

Tabla 11: Gerente General

Cargo	Gerente General
Equipo de Trabajo	Experiencia Necesaria: 5 años
	Grado Universitario en Ciencias Administrativas
	Experiencia previa en puesto similar en empresa de tamaño parecido
	Conocimientos de Inglés, Sistemas de Calidad, productividad, Marketing
	Conocimientos sobre selección, dirección, organización, gestión y conducción de personal. Conocimiento de Inglés
	Edad: de 30 a 40 años Sexo: Indistinto

Tabla 12: Asistente Ejecutiva

Cargo	Asistente Ejecutiva
Equipo de Trabajo	Experiencia Necesaria: 3 años
	Experiencia previa en puesto similar en empresa de tamaño parecido
	Conocimientos de Ingles
	Edad: de 25 a 35 años. Sexo: Indistinto

Tabla 13: Gerente de Operaciones

Cargo	Gerente de Operaciones
Equipo de Trabajo	Experiencia Necesaria: 3 años
	Grado Universitario en Ing. Ciencias Administrativas, Marketing
	Buenas Relaciones Humanas, conocimiento de Inglés
	Edad: de 30 a 35 años. Sexo: Indistinto

Tabla 14: Contador

Cargo	Contador
Equipo de Trabajo	Experiencia Necesaria: 3 años
	Grado Universitario en Finanzas
	Conocimiento de Inglés
	Edad: de 30 a 35 años. Sexo: Indistinto

Tabla 15: Vendedores

Cargo	Vendedores
Equipo de Trabajo	Experiencia Necesaria: 3 años
	Grado Universitario en Ing. Comercial
	Conocimiento de Inglés, Relaciones Humanas, Servicio al Cliente
	Edad: de 25 a 35 años. Sexo: Indistinto

7.3 Compensación a administradores, inversionistas y accionistas

Las remuneraciones salariales serán de acuerdo a la actividad que cada persona desempeñe dentro de la empresa.

- **Gerente General:** Tendrá una remuneración fija por las actividades desarrolladas, adicional dispondrá de los siguientes beneficios:
 - Plan Celular
 - Seguro Médico Privado
 - Viáticos
 - Capacitaciones

- **Inversores y accionistas:** La remuneración hacia los accionistas e inversores dependerá de su porcentaje de participación en el desarrollo de la empresa y las utilidades que la misma genere.

- **Administradores y empleados:** Los administradores y empleados tendrán bonificaciones y compensaciones de acuerdo a su desempeño. Tanto el área gerencial como la junta de accionistas se encargaran de la evaluación y entrega de las respectivas concesiones. Por otra parte recibirán los siguientes beneficios:
 - Plan Celular
 - Capacitaciones

7.4 Políticas de empleo y beneficios

Las políticas de empleo y beneficios dependen directamente de la cultura organizacional que cada empresa tenga.

Al momento de contratar al personal se debe tomar en cuenta que ellos entiendan y reflejen los valores que la empresa maneja, ya que lo que se busca es una política de empleo justo, en el cual todos los trabajadores sean tratados con respeto y equidad.

La empresa considera que el talento humano dentro de la organización es lo más valioso ya que depende gran parte de ellos la impresión que cada extranjero obtenga; por lo cual es vital el comportamiento que cada trabajador tenga con el paciente y sus acompañantes.

Por ende, las políticas de contratación del personal se inclinarán a evaluar de manera muy sigilosa la personalidad y los valores de cada persona, ya que todos deben estar orientados netamente al servicio para generar la mejor impresión en los turistas que visiten nuestro país. Es importante mencionar que uno de los puntos que se tomaran en cuenta al momento de contratación es el conocimiento del idioma inglés para que la comunicación se realice con la mayor fluidez posible y esto no sea un inconveniente al momento de servir al cliente.

Para la validación del conocimiento se realizará un contrato a prueba de 3 meses, donde se evalúa el desempeño requerido por la empresa, en caso de que la post evaluación sea positiva se procederá a realizar un contrato a plazo definido de un año, volviéndose indefinido según el caso.

Los beneficios que contará el personal de la compañía serán:

- Afiliación a la seguridad social
- Pago por horas extras o suplementarias
- Pago decimotercera remuneración
- Pago decimocuarta remuneración
- Pago fondo de reserva
- Vacaciones anuales
- Licencia por paternidad o maternidad
- Pago de utilidades

7.5 Derechos y restricciones de accionistas e inversores

Los derechos con los cuales cuentan los accionistas o inversores son los siguientes:

- Tienen derecho a recibir las utilidades al finalizar el año fiscal
- Tiene derecho a las participaciones de los socios en caso que salgan de la compañía.
- Tienen derecho a la información contable de la compañía.
- Tienen derecho al voto durante las reuniones pertinentes.

Para este último punto cabe mencionar que cualquier resolución se aprobará con una mayoría de votos, en el caso de existir un empate se realizará una segunda votación, de persistir el empate el inversionista mayoritario será el que tome la decisión final sobre la resolución a tratar.

7.6 Equipos de asesores y servicios

La empresa recibirá asesoría y prestación de servicios, ya que el capital no abastecerá para tener toda la cadena de servicios propio.

Los aspectos en los cuales se busca apoyo son los siguientes:

Salud: Se realizarán alianzas estratégicas con el Hospital Metropolitano de Quito, ya que por poseer una certificación JCI, garantiza tener un mejor sistema de salud e instalaciones en las cuales los pacientes van a ser atendidos.

Turismo: Se realizaran alianzas con varias agencias turísticas para ofrecer variedad de lugares turísticos a los pacientes y sus acompañantes.

Asesoría Legal: Los costos de mantener un departamento legal o abogado propio son muy altos por lo cual se realizará la contratación de este servicio con una empresa especializada.

Servicio de Internet: Se contratara este servicio para que provea de internet a todo el establecimiento y con la mayor calidad posible.

8. CAPÍTULO VIII. CRONOGRAMA GENERAL

8.1 Actividades necesarias para poner el negocio en marcha

Tabla 16: Actividades Necesarias

Núm.	Actividad	Duración (días)	Fecha Inicio	Fecha Finalización
1	Elaboración Plan de Negocio	250	01-jul-15	07-mar-16
2	Aprobación Plan de Negocios	30	08-mar-16	07-abr-16
3	Reserva Nombre Superintendencia de Compañías	4	08-abr-16	12-abr-16
4	Apertura cuenta de Integración	5	13-abr-16	18-abr-16
5	Presentar a Superintendencia de Compañías 3 ejemplares de la constitución de la empresa	6	19-abr-16	25-abr-16
6	Resolución aprobatoria de la Súper. De Compañías	13	26-abr-16	09-may-16
7	Publicación en Prensa extracto entregado por Superintendencia	6	10-may-16	16-may-16
8	Inscripción en el Registro Mercantil	12	17-may-16	29-may-16
9	Nombramiento de Presidente y Gerente; e inscripción en el Registro Mercantil	10	30-may-16	09-jun-16
10	Legalización empresa Superintendencia de Compañías	10	10-jun-16	20-jun-16
11	Apertura de RUC	6	21-jun-16	27-jun-16
12	Compra de muebles y enseres, equipos de oficina y adecuación	15	28-jun-16	13-jul-16
13	Anuncio en prensa de Vacantes	17	14-jul-16	31-jul-16
14	Recepción solicitudes de trabajo	15	01-ago-16	16-ago-16
15	Entrevistas de Selección	12	17-ago-16	29-ago-16
16	Verificación de datos	6	30-ago-16	05-sep-16
17	Selección de Personal	6	06-sep-16	12-sep-16
18	Contratación	15	13-sep-16	28-sep-16
19	Capacitación Personal	20	29-sep-16	19-oct-16
20	Diseño de planificación de publicidad y promoción	20	20-oct-16	09-nov-16
21	Creación de la página Web	20	10-nov-16	30-nov-16
22	Inicio de actividades	5	01-dic-16	06-dic-16

8.2 Diagrama de Gantt

Tabla 17: Diagrama Gantt

No.	Actividad	jul-15	ago-15	sep-15	oct-15	nov-15	dic-15	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	ago-16	sep-16	oct-16	nov-16	dic-16
1	Elaboración Plan de Negocio	■	■	■	■	■	■	■	■	■									
2	Aprobación Plan de Negocios									■	■								
3	Reserva Nombre Superintendencia de Compañías										■								
4	Apertura cuenta de Integración										■								
5	Presentar a Superintendencia de Compañías 3 ejemplares de la constitución de la empresa										■								
6	Resolución aprobatoria de la Súper. De Compañías										■	■							
7	Publicación en Prensa extracto entregado por Superintendencia											■							
8	Inscripción en el Registro Mercantil											■							
9	Nombramiento de Presidente y Gerente; e inscripción en el Registro Mercantil											■	■						
10	Legalización empresa Superintendencia de Compañías												■						
11	Apertura de RUC												■						
12	Compra de muebles y enseres, equipos de oficina y adecuación												■	■					
13	Anuncio en prensa de Vacantes													■					
14	Recepción solicitudes de trabajo														■				
15	Entrevistas de Selección														■				
16	Verificación de datos														■	■			
17	Selección de Personal															■			
18	Contratación															■			
19	Capacitación Personal															■	■		
20	Diseño de planificación de publicidad y promoción																■	■	
21	Creación de la página Web																	■	
22	Inicio de actividades																		■

8.3 Riesgos e imprevistos

Como se había mencionado anteriormente, existen varios riesgos que pueden afectar en el desarrollo de este proyecto, los cuales se enumeraran a continuación:

1. Acceso a Crédito
2. Regulatorios y Cumplimiento
3. Reducción de costos
4. Participantes no tradicionales
5. Riesgo de aceptación social y responsabilidad social empresarial

Todos estos riesgos están tomados en cuenta a lo largo del proceso de desarrollo de la empresa.

Adicional existen otros riesgos a los cuales hay que prestar atención:

- Variación en el cambio de divisas
- Crecimiento menor al proyectado
- Costes mayores a los proyectados
- Entrada de competidores inesperados

9. CAPÍTULO IX. RIESGOS CRÍTICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS

9.1 Supuestos y Criterios Utilizados

Dentro de este punto podemos tomar en cuenta los puntos que se analizaron en el PESTEL.

9.1.1 Análisis PESTEL

9.1.1.1 Análisis Político y Legal

La estabilidad política que existe hasta el momento en el país se debe a que el presidente Rafael Correa se ha mantenido en la presidencia por los últimos 3 periodos presidenciales. Sin embargo hay que recalcar que para la realización de este proyecto es necesario generar leyes y políticas relacionadas con el turismo médico, por lo que es necesario que el gobierno considere el turismo médico como tema de interés nacional.

9.1.1.2 Análisis Económico

El crecimiento económico que se ha ido manejando en los últimos años es de gran ayuda para el país ya que de esta manera podremos ir mejorando todos los sectores del país lo que provocará que las inversiones se realicen dentro del país y no fuera del mismo. El apoyo económico que ha brindado el gobierno al sector turístico y a la medicina es uno de los supuestos utilizados dentro del trabajo para poder justificar la viabilidad del proyecto.

9.1.1.3 Análisis Social

En los últimos años Ecuador ha incrementado significativamente sus recursos destinados al sector social, de 2007 a 2010 ha triplicado los recursos para educación y salud. En salud se presupuestaba 500 millones de dólares

mientras que ahora se tienen alrededor de los 1700 millones; “ALL YOU NEED IS ECUADOR”, la cual ha tenido muchos beneficios dentro del país.

Estos aspectos sociales han sido otro de los criterios a tomarse en cuenta para la realización de este trabajo

9.1.1.4 Análisis Tecnológico

En el sector odontológico han existido grandes avances constantemente lo que genera mayor confianza y seguridad por parte del paciente. Por lo que se busca seguir constantemente con las actualizaciones en este sector y ser una primera opción de viaje en la mente de los pacientes.

9.1.1.5 Análisis Ecológico

El apoyo que tiene el sector turístico por parte del gobierno ha sido uno de los principales factores en la realización del proyecto, ya que genera mayor interés en los turistas de poder conocer nuestro país.

9.1.2 Otros Supuestos y Criterios

9.1.2.1 Tamaño del Mercado Objetivo

El tamaño del mercado objetivo se fijó en el capítulo 3, dando como resultado 4.375.000 personas.

9.1.2.2 Número de Personal

El número de personas estimados para la elaboración del proyecto se detalló anteriormente en el capítulo 6, dando como resultado que se requieren de 7 personas (un gerente general, un asistente ejecutivo, un gerente de operaciones, un contador y tres vendedores).

9.1.2.3 Establecimiento Geográfico

El lugar geográfico donde se asentará el negocio de turismo médico será en:

- Sector: Iñaquito
- Calles: El Tiempo y El Comercio

9.2 Riesgos y Problemas Principales

En capítulos anteriores se han mencionado algunos riesgos que podrían aparecer al momento de implementar este proyecto de negocio. A continuación se los expone nuevamente:

9.2.1 Riesgos durante el Desarrollo

9.2.1.1 Acceso a Crédito

Como se mencionó previamente, la alta demanda de capital que este proyecto exige, convierte el acceso a crédito en un importante riesgo.

9.2.1.2 Regulatorios y Cumplimiento

Cada vez que se establezcan nuevas normas regulatorias, tanto para el sector turístico como para el sector de la salud se tendrá que realizar nuevos estudios y análisis sobre los puntos que se deben modificar para poder continuar ejerciendo con la empresa.

Tal como es el caso de la nueva ley de Homicidio culposo por mala práctica profesional, la cual fue tomada del documento de la página del ministerio de Justicia del Ecuador, la cual detalla lo siguiente:

“Artículo 146. Homicidio culposo por mala práctica profesional. La persona que al infringir un deber objetivo de cuidado, en el ejercicio o práctica de su profesión, ocasione la muerte de otra, será sancionada con pena privativa de

libertad de uno a tres años. El proceso de habilitación para volver a ejercer la profesión, luego de cumplida la pena, será determinado por la Ley. Será sancionada con pena privativa de libertad de tres a cinco años si la muerte se produce por acciones innecesarias, peligrosas e ilegítimas. Para la determinación de la infracción al deber objetivo de cuidado deberá concurrir lo siguiente:

1. La mera producción del resultado no configura infracción al deber objetivo de cuidado.

2. La inobservancia de leyes, reglamentos, ordenanzas, manuales, reglas técnicas o lex artis aplicables a la profesión.

3. El resultado dañoso debe provenir directamente de la infracción al deber objetivo de cuidado y no de otras circunstancias independientes o conexas.

4. Se analizará en cada caso la diligencia, el grado de formación profesional, las condiciones objetivas, la previsibilidad y evitabilidad del hecho". (Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos)

9.2.1.3 Reducción de Costos

El tema de los costos dentro de un negocio es uno de los puntos más sensibles a ser tratados en un inicio. El hecho de tener un plan financiero estructurado nos permitirá ver las opciones que tendríamos para poder reducir los costos en la operación, sin reducir la calidad en los servicios. En el caso de existir competencia, la empresa que mejor manejo tenga de los costos se podría considerar como la más sustentable, por lo cual si se maneja una reducción en los costos de manera planificada puede ser una gran ventaja para la empresa.

9.2.1.4 Participantes no Tradicionales

En este negocio la amenaza de nuevos participantes es muy alta, ya que el mercado en otros países muy parecidos a Ecuador como es el caso de Colombia está creciendo de manera muy acelerada. Por este motivo se debe

trabajar en la calidad de los servicios que se brindan para fidelizar clientes y tomen a Ecuador como su primera opción.

9.2.2 Riesgos dentro del Cronograma General

A lo largo del proyecto se pueden presentar los siguientes problemas o riesgos:

- Crecimiento menor al proyectado
- Costes mayores a los proyectados
- Cambio de régimen
- Cambios de políticas que puedan afectar al negocio en general
- Otros cambios económicos negativos
- Cambio en las regulaciones ecológicas
- Aumento de requisitos de funcionamiento en el apartado ecológico
- Cambio en leyes laborales
- Cambio en ordenanzas municipales
- Número de personal menor al necesario
- Número de personal mayor al necesario

10. CAPÍTULO X. PLAN FINANCIERO

10.1 Inversión inicial

La inversión inicial estimada en este proyecto es de \$151.527,02

Esta cifra se encuentra dividida en los siguientes rubros:

- Activos Fijos Tangibles
- Activos Fijos Intangibles
- Capital de Trabajo para 3 meses

Tabla 18. Inversión inicial

ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	
Oficina	\$ 90.000,00
Herramientas	\$ 11.307,62
Muebles	\$ 5.215,57
TOTAL 1	\$ 106.523,19
ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES	
Gastos Constitución	\$ 3.580,00
TOTAL 2	\$ 3.580,00
CAPITAL DE TRABAJO (3 MESES)	
Nomina	\$ 36.629,05
Servicios	\$ 3.780,00
Insumos	\$ 1.014,78
TOTAL 3	\$ 41.423,83
TOTAL	\$ 151.527,02

10.2 Fuentes de ingresos

Los ingresos de Odonto-Tour se obtendrán a través de los siguientes rubros.

- Implantes dentales
- Coronas de Porcelana
- Extracción de Terceros Molares
- Paquete turístico de 5 días tipo A
- Paquete turístico de 7 días tipo B
- Paquete turístico de 15 días tipo C

Según un informe publicado por Visa y Oxford Economics, se tiene previsto que el turismo médico crezca un 25% anualmente hasta el año 2025; esto se debe a que actualmente este sector mueve anualmente \$439 billones, siendo Estados Unidos el país que más gasto de viaje genera al buscar este servicio. En el ranking global de destinos se encuentran siete países Latinoamericanos y del Caribe. (Hoseltur LATAM, 2016)

En el análisis he colocado un crecimiento anual de 15% ya que hasta el momento en Ecuador no hay ninguna promoción de este servicio por lo que no estamos todavía en crecimiento. Es importante tomar en cuenta que Colombia tiene muy desarrollado este sector, lo que en cierta forma nos dificulta generar un mayor crecimiento en los primeros años de la empresa.

Tabla 19: Fuente de ingresos

Fuentes de Ingresos			Crecimiento anual del 15%		15%	
Procedimiento	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Ing. Totales
Implantes Dentales + Paquete A	\$ 59.797,44	\$ 68.767,06	\$ 79.082,11	\$ 90.944,43	\$ 104.586,10	\$ 403.177,14
Coronas de Porcelana +Paquete A	\$ 49.844,16	\$ 57.320,78	\$ 65.918,90	\$ 75.806,74	\$ 87.177,75	\$ 336.068,33
Extracción Terceros Molares +Paquete A	\$ 62.570,88	\$ 71.956,51	\$ 82.749,99	\$ 95.162,49	\$ 109.436,86	\$ 421.876,73
Implantes Dentales + Paquete B	\$ 43.545,60	\$ 50.077,44	\$ 57.589,06	\$ 66.227,41	\$ 76.161,53	\$ 293.601,04
Coronas de Porcelana +Paquete B	\$ 49.377,60	\$ 56.784,24	\$ 65.301,88	\$ 75.097,16	\$ 86.361,73	\$ 332.922,60
Extracción Terceros Molares +Paquete B	\$ 94.867,20	\$ 109.097,28	\$ 125.461,87	\$ 144.281,15	\$ 165.923,33	\$ 639.630,83
Implantes Dentales + Paquete C	\$ 72.576,00	\$ 83.462,40	\$ 95.981,76	\$ 110.379,02	\$ 126.935,88	\$ 489.335,06
Coronas de Porcelana+ Paquete C	\$ 117.612,00	\$ 135.253,80	\$ 155.541,87	\$ 178.873,15	\$ 205.704,12	\$ 792.984,94
Extracción Terceros Molares + Paquete C	\$ 152.928,00	\$ 175.867,20	\$ 202.247,28	\$ 232.584,37	\$ 267.472,03	\$ 1.031.098,88
TOTAL	\$ 703.118,88	\$ 808.586,71	\$ 929.874,72	\$ 1.069.355,93	\$ 1.229.759,32	\$ 4.740.695,55

10.3 Costos fijos, variables

10.3.1 Costos fijos

Tabla 20: Costos fijos

Costos Fijos					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Depreciaciones	\$ 13.290,76	\$ 13.290,76	\$ 13.290,76	\$ 9.521,56	\$ 9.521,56
Nomina	\$ 146.516,20	\$ 149.499,74	\$ 149.576,31	\$ 149.655,18	\$149.736,41
Servicios	\$ 15.120,00	\$ 15.120,00	\$ 15.120,00	\$ 15.120,00	\$ 15.120,00
Insumos	\$ 4.059,12	\$ 4.059,12	\$ 4.059,12	\$ 4.059,12	\$ 4.059,12
Total	\$ 178.986,08	\$ 181.969,62	\$ 182.046,19	\$ 178.355,85	\$ 178.437,09

Tabla 21: Nomina

RESUMEN DE SUELDOS Y SALARIOS					
RUBRO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Personal Administrativo	146.516,20	149.499,74	149.576,31	149.655,18	149.736,41
TOTAL	146.516,20	149.499,74	149.576,31	149.655,18	149.736,41

10.3.2 Costos variables

Tabla 22: Costos Variables

Procedimiento	Costos Variables				Crecimiento anual del	15%
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Implantes Dentales + Paquete A	\$ 44.294,40	\$ 50.938,56	\$ 58.579,34	\$ 67.366,25	\$ 77.471,18	
Coronas de Porcelana +Paquete A	\$ 36.921,60	\$ 42.459,84	\$ 48.828,82	\$ 56.153,14	\$ 64.576,11	
Extracción Terceros Molares +Paquete A	\$ 46.348,80	\$ 53.301,12	\$ 61.296,29	\$ 70.490,73	\$ 81.064,34	
Implantes Dentales + Paquete B	\$ 32.256,00	\$ 37.094,40	\$ 42.658,56	\$ 49.057,34	\$ 56.415,95	
Coronas de Porcelana +Paquete B	\$ 36.576,00	\$ 42.062,40	\$ 48.371,76	\$ 55.627,52	\$ 63.971,65	
Extracción Terceros Molares +Paquete B	\$ 70.272,00	\$ 80.812,80	\$ 92.934,72	\$ 106.874,93	\$ 122.906,17	
Implantes Dentales + Paquete C	\$ 53.760,00	\$ 61.824,00	\$ 71.097,60	\$ 81.762,24	\$ 94.026,58	
Coronas de Porcelana+ Paquete C	\$ 87.120,00	\$ 100.188,00	\$ 115.216,20	\$ 132.498,63	\$ 152.373,42	
Extracción Terceros Molares + Paquete C	\$ 113.280,00	\$ 130.272,00	\$ 149.812,80	\$ 172.284,72	\$ 198.127,43	
TOTAL	\$ 520.828,80	\$ 598.953,12	\$ 688.796,09	\$ 792.115,50	\$ 910.932,83	

10.4 Estado de resultados proyectado

Tabla 23: Estado de Resultado

PERÍODO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		\$ 703.118,88	\$ 808.586,71	\$ 929.874,72	\$1.069.355,93	\$1.229.759,32
Costo de Ventas		\$ 520.828,80	\$ 598.953,12	\$ 688.796,09	\$ 792.115,50	\$ 910.932,83
Nómina		\$ 146.516,20	\$ 149.499,74	\$ 149.576,31	\$ 149.655,18	\$ 149.736,41
UTILIDAD BRUTA		\$ 35.773,88	\$ 60.133,85	\$ 91.502,32	\$ 127.585,25	\$ 169.090,08
Depreciaciones		\$ 13.290,76	\$ 13.290,76	\$ 13.290,76	\$ 9.521,56	\$ 9.521,56
Amortización		\$ 12.008,90	\$ 13.311,87	\$ 14.756,20	\$ 16.357,25	\$ 18.132,01
Constitución	\$ 1.080,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Servicios		\$ 15.120,00	\$ 15.120,00	\$ 15.120,00	\$ 15.120,00	\$ 15.120,00
Insumos		\$ 4.059,12	\$ 4.059,12	\$ 4.059,12	\$ 4.059,12	\$ 4.059,12
UTILIDA OPERATIVA (EBIT)	\$ (1.080,00)	\$ (8.704,90)	\$ 14.352,10	\$ 44.276,23	\$ 82.527,32	\$ 122.257,39
Gastos financieros						
Gastos intereses		\$ 8.090,44	\$ 6.787,47	\$ 5.343,13	\$ 3.742,09	\$ 1.967,32
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS (Base Imponible)		\$ (16.795,34)	\$ 7.564,63	\$ 38.933,10	\$ 78.785,23	\$ 120.290,07
Participación trabajadores (15%)		\$ (2.519,30)	\$ 1.134,69	\$ 5.839,97	\$ 11.817,79	\$ 18.043,51
Impuestos (23%)		\$ (3.283,49)	\$ 1.478,89	\$ 7.611,42	\$ 15.402,51	\$ 23.516,71
UTILIDAD NETA		\$ (10.992,55)	\$ 4.951,05	\$ 25.481,71	\$ 51.564,94	\$ 78.729,85

10.5 Balance general proyectado

Tabla 24: Balance general Proyectado

PERÍODO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Activos	\$ 183.639,42	\$ 1.209.768,40	\$ 1.691.218,88	\$1.852.282,60	\$2.061.844,84	\$ 2.300.747,37
Activos corrientes	\$ 74.566,23	\$ 1.114.495,98	\$ 1.609.747,21	\$1.784.611,70	\$2.004.205,50	\$ 2.253.139,58
Efectivo	\$ 74.566,23	\$ 762.936,54	\$ 1.205.453,86	\$1.319.674,34	\$1.469.527,54	\$ 1.638.259,92
CxC	\$ -	\$ 351.559,44	\$ 404.293,36	\$ 464.937,36	\$ 534.677,96	\$ 614.879,66
Activos no corrientes	\$ 106.523,19	\$ 93.232,43	\$ 79.941,66	\$ 66.650,90	\$ 57.129,34	\$ 47.607,79
Propiedad de Oficina	\$ 90.000,00	\$ 81.000,00	\$ 72.000,00	\$ 63.000,00	\$ 54.000,00	\$ 45.000,00
Herramientas	\$ 11.307,62	\$ 7.538,41	\$ 3.769,21	\$ -	\$ -	\$ -
Muebles	\$ 5.215,57	\$ 4.694,01	\$ 4.172,46	\$ 3.650,90	\$ 3.129,34	\$ 2.607,79
Intangibles	\$ 2.550,00	\$ 2.040,00	\$ 1.530,00	\$ 1.020,00	\$ 510,00	\$ -
Patentes	\$ 50,00	\$ 40,00	\$ 30,00	\$ 20,00	\$ 10,00	\$ -
Marcas	\$ 2.500,00	\$ 2.000,00	\$ 1.500,00	\$ 1.000,00	\$ 500,00	\$ -

PASIVOS	\$ 74.566,23	\$ 725.725,16	\$ 799.579,73	\$ 882.544,71	\$ 979.497,37	\$ 1.090.586,58
Pasivo corriente	\$ -	\$ 663.167,83	\$ 750.334,26	\$ 848.055,45	\$ 961.365,35	\$ 1.090.586,58
CxP proveedores	\$ -	\$ 520.828,80	\$ 598.953,12	\$ 688.796,09	\$ 792.115,50	\$ 910.932,83
CxP Empleados	\$ -	\$ 146.516,20	\$ 149.499,74	\$ 149.576,31	\$ 149.655,18	\$ 149.736,41
CxP 15%	\$ -	\$ (1.648,88)	\$ 742,66	\$ 3.822,26	\$ 7.734,74	\$ 11.809,48
CxP SRI IR	\$ -	\$ (2.528,29)	\$ 1.138,74	\$ 5.860,79	\$ 11.859,94	\$ 18.107,86
Pasivos no corrientes	\$ 74.566,23	\$ 62.557,33	\$ 49.245,47	\$ 34.489,26	\$ 18.132,01	\$ -
Deuda a largo plazo	\$ 74.566,23	\$ 62.557,33	\$ 49.245,47	\$ 34.489,26	\$ 18.132,01	\$ -
PATRIMONIO	\$ 31.956,96	\$ 20.964,41	\$ 36.908,01	\$ 57.438,67	\$ 83.521,89	\$ 110.686,80
Capital Suscrito	\$ 31.956,96	\$ 31.956,96	\$ 31.956,96	\$ 31.956,96	\$ 31.956,96	\$ 31.956,96
Utilidades del ejercicio	\$ -	\$ (10.992,55)	\$ 4.951,05	\$ 25.481,71	\$ 51.564,94	\$ 78.729,85

10.6 Flujo de efectivo proyectado

Tabla 25: Flujo de efectivo Proyectado

PERÍODO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Actividades Operacionales	\$ -	\$ 344.884,90	\$ 724.818,28	\$ 806.827,73	\$ 901.129,41	\$1.009.566,88
Utilidad Neta						
+ Depreciación		\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00
+ Amortizaciones		\$ 20.099,34	\$ 20.099,34	\$ 20.099,34	\$ 20.099,34	\$ 20.099,34
- Δ CxC		\$ 351.559,44	\$ 52.733,92	\$ 60.644,00	\$ 69.740,60	\$ 80.201,69
+ Δ CxP PROVEEDORES	\$ -	\$ 520.828,80	\$ 598.953,12	\$ 688.796,09	\$ 792.115,50	\$ 910.932,83
+ Δ CxP EMPLEADOS	\$ -	\$ 146.516,20	\$ 149.499,74	\$ 149.576,31	\$ 149.655,18	\$ 149.736,41
Actividades de Inversión	\$(31.956,96)	\$(28.022,09)	\$(4.860,20)	\$(18.536,97)	\$(16.368,81)	\$(18.143,57)
- Adquisición PPE	\$ 31.956,96	\$ 28.022,09	\$ 4.860,20	\$ 18.536,97	\$ 16.368,81	\$ 18.143,57
Actividades de Financiamiento	\$106.523,19	\$ 94.514,29	\$ 81.202,42	\$ 66.446,22	\$ 50.088,97	\$ 31.956,96
+ Δ Doc por Pagar						
+ Δ Deuda Largo Plazo	\$ 74.566,23	\$ 62.557,33	\$ 49.245,47	\$ 34.489,26	\$ 18.132,01	\$ -
- Pago de dividendos						
+ Δ Capital	\$ 31.956,96	\$ 31.956,96	\$ 31.956,96	\$ 31.956,96	\$ 31.956,96	\$ 31.956,96
INCREMENTO NETO EN EFECTIVO	\$ 74.566,23	\$ 411.377,10	\$ 801.160,50	\$ 854.736,99	\$ 934.849,57	\$1.023.380,27
EFFECTIVO PRINCIPIOS DE PERÍODO	\$ -	\$ 351.559,44	\$ 404.293,36	\$ 464.937,36	\$ 534.677,96	\$ 614.879,66
TOTAL EFECTIVO FINAL DE PERÍODO	\$ 74.566,23	\$ 762.936,54	\$1.205.453,86	\$1.319.674,34	\$1.469.527,54	\$1.638.259,92

10.7 Punto de equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio se tomó en cuenta únicamente el tema de la cantidad en las ventas, ya que es el factor más sensible en este negocio y se lo determinó según las respuestas de los expertos, con lo que se pudo deducir que con 26% menos en cantidad de ventas, es el punto en el cual empezamos a generar ganancias.

Tabla 26: Punto de Equilibrio

Fuentes de Ingresos			Crecimiento anual del				15%	
Procedimiento	Cantidad 1er. Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Ing. Totales	
Implantes Dentales + Paquete A	18	\$ 44.250,11	\$ 50.887,62	\$ 58.520,76	\$ 67.298,88	\$ 77.393,71	\$ 298.351,08	
Coronas de Porcelana +Paquete A	27	\$ 36.884,68	\$ 42.417,38	\$ 48.779,99	\$ 56.096,99	\$ 64.511,53	\$ 248.690,56	
Extracción Terceros Molares +Paquete A	44	\$ 57.878,06	\$ 66.559,77	\$ 76.543,74	\$ 88.025,30	\$ 101.229,10	\$ 390.235,97	
Implantes Dentales + Paquete B	53	\$ 96.671,23	\$ 111.171,92	\$ 127.847,70	\$ 147.024,86	\$ 169.078,59	\$ 651.794,30	
Coronas de Porcelana +Paquete B	18	\$ 36.539,42	\$ 42.020,34	\$ 48.323,39	\$ 55.571,90	\$ 63.907,68	\$ 246.362,73	
Extracción Terceros Molares +Paquete B	18	\$ 35.100,86	\$ 40.365,99	\$ 46.420,89	\$ 53.384,03	\$ 61.391,63	\$ 236.663,41	
Implantes Dentales + Paquete C	36	\$ 107.412,48	\$ 123.524,35	\$ 142.053,00	\$ 163.360,96	\$ 187.865,10	\$ 724.215,89	
Coronas de Porcelana+ Paquete C	44	\$ 145.054,80	\$ 166.813,02	\$ 191.834,97	\$ 220.610,22	\$ 253.701,75	\$ 978.014,76	
Extracción Terceros Molares + Paquete C	36	\$ 113.166,72	\$ 130.141,73	\$ 149.662,99	\$ 172.112,44	\$ 197.929,30	\$ 763.013,17	
TOTAL		\$ 672.958,37	\$ 773.902,12	\$ 889.987,44	\$ 1.023.485,56	\$ 1.177.008,39	\$ 4.537.341,88	

10.8 Control de costo

10.8.1 Análisis de sensibilidad

Como se mencionó anteriormente, este sector es susceptible en cuando a la cantidad de ventas que se generen, ya que esto va determinar directamente las ganancias que se obtengan; por tal motivo en este análisis se analiza únicamente esa variable para poder determinar la sensibilidad del mercado frente a los diversos escenarios que se presentarán a continuación.

10.8.2 Escenarios

10.8.2.1 Escenario Normal

Tabla 27: Escenario Normal

PERÍODO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ventas		\$ 909.403,20	\$ 1.045.813,68	\$ 1.202.685,73	\$ 1.383.088,59	\$ 1.590.551,88
Crédito		\$ 74.566,23	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital	\$ 31.956,96	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESOS	\$ 31.956,96	\$ 983.969,43	\$ 1.045.813,68	\$ 1.202.685,73	\$ 1.383.088,59	\$ 1.590.551,88
EGRESOS						
Oficina	\$ 90.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciaciones		\$ 13.290,76	\$ 13.290,76	\$ 13.290,76	\$ 9.521,56	\$ 9.521,56
Amortización		\$ 12.008,90	\$ 13.311,87	\$ 14.756,20	\$ 16.357,25	\$ 18.132,01
Gasto interés Amortización		\$ 8.090,44	\$ 6.787,47	\$ 5.343,13	\$ 3.742,09	\$ 1.967,32
Constitución	\$ 1.080,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costo de ventas		\$ 520.828,80	\$ 598.953,12	\$ 688.796,09	\$ 792.115,50	\$ 910.932,83
Nómina		\$ 146.516,20	\$ 149.499,74	\$ 149.576,31	\$ 149.655,18	\$ 149.736,41
Servicios		\$ 15.120,00	\$ 15.120,00	\$ 15.120,00	\$ 15.120,00	\$ 15.120,00
Insumos		\$ 4.059,12	\$ 4.059,12	\$ 4.059,12	\$ 4.059,12	\$ 4.059,12
TOTAL EGRESOS	\$ 91.080,00	\$ 719.914,22	\$ 801.022,08	\$ 890.941,62	\$ 990.570,69	\$ 1.109.469,25
UTILIDAD BURTA	\$ (59.123,04)	\$ 264.055,21	\$ 244.791,60	\$ 311.744,11	\$ 392.517,90	\$ 481.082,63

10.8.2.2 Escenario Pesimista

En este escenario se evaluará la sensibilidad del negocio al reducir un 27% en las ventas, ya que desde este punto se comienzan a generar pérdidas en el negocio

Tabla 28: Escenario Pesimista

PERÍODO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ventas		\$ 663.864,34	\$ 763.443,99	\$ 877.960,58	\$1.009.654,67	\$ 1.161.102,87
Crédito		\$ 74.566,23	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital	\$ 31.956,96	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESOS	\$ 31.956,96	\$ 738.430,57	\$ 763.443,99	\$ 877.960,58	\$1.009.654,67	\$ 1.161.102,87
EGRESOS						
Oficina	\$ 90.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciaciones		\$ 13.290,76	\$ 13.290,76	\$ 13.290,76	\$ 9.521,56	\$ 9.521,56
Amortización		\$ 12.008,90	\$ 13.311,87	\$ 14.756,20	\$ 16.357,25	\$ 18.132,01
Gasto interés Amortización		\$ 8.090,44	\$ 6.787,47	\$ 5.343,13	\$ 3.742,09	\$ 1.967,32
Constitución	\$ 1.080,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costo de ventas		\$ 520.828,80	\$ 598.953,12	\$ 688.796,09	\$ 792.115,50	\$ 910.932,83
Nómina		\$ 146.516,20	\$ 149.499,74	\$ 149.576,31	\$ 149.655,18	\$ 149.736,41
Servicios		\$ 15.120,00	\$ 15.120,00	\$ 15.120,00	\$ 15.120,00	\$ 15.120,00
Insumos		\$ 4.059,12	\$ 4.059,12	\$ 4.059,12	\$ 4.059,12	\$ 4.059,12
TOTAL EGREOS	\$ 91.080,00	\$ 719.914,22	\$ 801.022,08	\$ 890.941,62	\$ 990.570,69	\$ 1.109.469,25
UTILIDAD BURTA	\$ (59.123,04)	\$ 18.516,35	\$ (37.578,09)	\$ (12.981,03)	\$ 19.083,98	\$ 51.633,62

10.8.2.3 Escenario Optimista

En este escenario se analizará la sensibilidad del mercado al aumentar un 10% en la cantidad de ventas ya que con este porcentaje el negocio ya obtiene ganancias.

Tabla 29. Escenario Optimista

PERÍODO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ventas		\$ 1.000.343,52	\$ 1.150.395,05	\$1.322.954,31	\$1.521.397,45	\$ 1.749.607,07
Crédito		\$ 74.566,23	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capital	\$ 31.956,96	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESOS	\$ 31.956,96	\$ 1.074.909,75	\$ 1.150.395,05	\$1.322.954,31	\$1.521.397,45	\$ 1.749.607,07
EGRESOS						
Oficina	\$ 90.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciaciones		\$ 13.290,76	\$ 13.290,76	\$ 13.290,76	\$ 9.521,56	\$ 9.521,56
Amortización		\$ 12.008,90	\$ 13.311,87	\$ 14.756,20	\$ 16.357,25	\$ 18.132,01
Gasto interés Amortización		\$ 8.090,44	\$ 6.787,47	\$ 5.343,13	\$ 3.742,09	\$ 1.967,32
Constitución	\$ 1.080,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costo de ventas		\$ 520.828,80	\$ 598.953,12	\$ 688.796,09	\$ 792.115,50	\$ 910.932,83
Nómina		\$ 146.516,20	\$ 149.499,74	\$ 149.576,31	\$ 149.655,18	\$ 149.736,41
Servicios		\$ 15.120,00	\$ 15.120,00	\$ 15.120,00	\$ 15.120,00	\$ 15.120,00
Insumos		\$ 4.059,12	\$ 4.059,12	\$ 4.059,12	\$ 4.059,12	\$ 4.059,12
TOTAL EGRESOS	\$ 91.080,00	\$ 719.914,22	\$ 801.022,08	\$ 890.941,62	\$ 990.570,69	\$ 1.109.469,25
UTILIDAD BURTA	\$ (59.123,04)	\$ 354.995,53	\$ 349.372,97	\$ 432.012,69	\$ 530.826,76	\$ 640.137,82

10.8.3 Índices financieros

10.8.3.1 Liquidez

A continuación se detallan la razón corriente y la prueba ácida

Tabla 30: Liquidez

INDICADOR	ESTRUCTURA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razón Corriente	ACTIVO CORRIENTE / PASIVO CORRIENTE	\$ 1,67	\$ 2,15	\$ 2,13	\$ 2,13	\$ 2,12
Prueba Ácida	ACTIVO CORRIENTE / PASIVO CORRIENTE	\$ 1,67	\$ 2,15	\$ 2,13	\$ 2,13	\$ 2,12

10.8.3.2 Rentabilidad

10.8.3.2.1 ROI

A continuación se detallarán los índices ROI (Rendimiento sobre la Inversión).

Tabla 31: ROI

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROI	UTILIDAD NETA/TOTAL EGRESOS	-2%	1%	3%	5%	7%

10.8.3.2 ROA

A continuación se detallarán los índices ROA (Rentabilidad sobre los Activos)

Tabla 32: ROA.

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROA	Utilidad Operacional / Activos Totales Promedio	-1%	1%	2%	4%	5%

10.8.3.3 ROE

A continuación se detallarán los índices ROE (Rentabilidad sobre recursos propios)

Tabla 33: ROE

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROE	Utilidad Neta / Patrimonio Promedio	-52%	13%	44%	62%	71%

10.9 Valoración

Tabla 34. Valoración

VAN	\$ 1.184.261,70
TIR	445%
Rentabilidad	10%

	-27%	-26%	-10%	0	10%
VAN	(\$ 38,004.08)	\$ 7,265.02	\$ 731,570.67	\$ 1,184,261.70	\$ 1,636,952.72
TIR	-7%	13%	286%	445%	602%

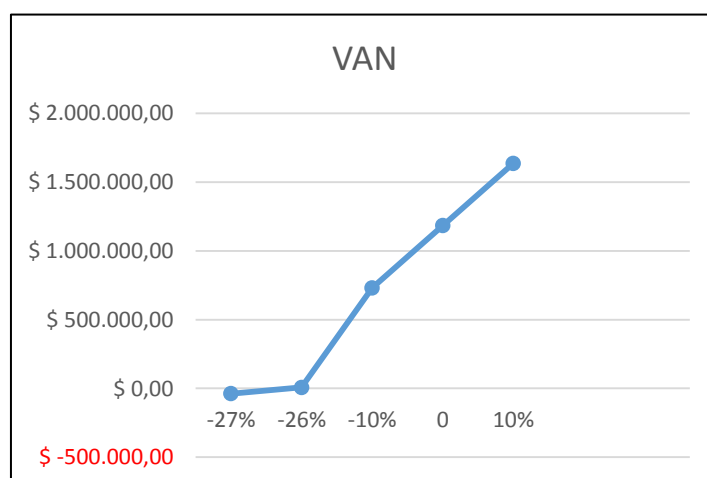


Figura 31. VAN

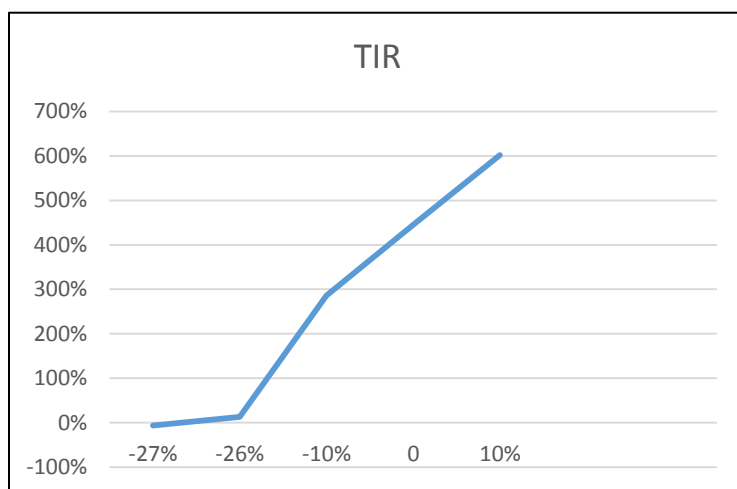


Figura 32: TIR

11. CAPÍTULO XI. PROPUESTA DE NEGOCIO

11.1 Financiamiento deseado

Tabla 35: Financiamiento deseado

TABLA DE AMORTIZACION DEL CREDITO					
MONTO USD.	74566	PLAZO	5	PAGO	20099
TASA INTERES	11%	PAGO ANUAL	1		
PERÍODO	DESEMBOLSO	INTERES	PRINCIPAL	SERVICIO us\$	SALDO
0	\$ 74.566,23				\$ 74.566,23
1		\$ 8.090,44	\$12.008,90	\$ 20.099,34	\$ 62.557,33
2		\$ 6.787,47	\$13.311,87	\$ 20.099,34	\$ 49.245,47
3		\$ 5.343,13	\$14.756,20	\$ 20.099,34	\$ 34.489,26
4		\$ 3.742,09	\$16.357,25	\$ 20.099,34	\$ 18.132,01
5		\$ 1.967,32	\$18.132,01	\$ 20.099,34	\$ -
		\$ 25.930,45	\$74.566,23		

11.2 Estructura de capital y deuda buscada

La estructura de acuerdo con el financiamiento se divide de la siguiente manera:

- \$45458,11 es el capital propio, el cual estará dividido en 2 partes iguales
- \$106068,91 es la deuda con la institución financiera

Tabla 36: Financiamiento de la inversión

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN		
FUENTE	VALOR	%
Capital propio	\$ 45,458.11	30%
Crédito bancario	\$ 106,068.91	70%
TOTAL	\$ 151,527.02	

11.3 Capitalización

Como se mencionó anteriormente el capital propio está repartido en partes iguales entre los accionistas

Tabla 37: Capitalización

NOMBRE	APORTE	PORCENTAJE
FRANCISCO BENITEZ	\$ 22,729.05	50%
PAMELA BENITEZ	\$ 22,729.05	50%
TOTAL	\$ 45,458.11	100%

11.4 Uso de fondos

Los fondos serán distribuidos de la siguiente manera

- Activos Tangibles
- Activos Intangibles
- Capital de Trabajo (3 meses)

11.4.1 Activos Tangibles

Tabla 38: Activos Fijos Tangibles

ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	
Oficina	\$ 90.000,00
Herramientas	\$ 11.307,62
Muebles	\$ 5.215,57
TOTAL 1	\$ 106.523,19

11.4.2 Activos Intangibles

Tabla 39: Activos Fijos Intangibles

ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES	
Gastos Constitución	\$ 3.580,00
TOTAL 2	\$ 3.580,00

11.4.3 Capital de Trabajo (3 Meses)

Tabla 40: Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO (3 MESES)	
Nomina	\$ 36.629,05
Servicios	\$ 3.780,00
Insumos	\$ 1.014,78
TOTAL 3	\$ 41.423,83

12. CAPÍTULO XII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

12.1 Conclusiones

A través de la elaboración de esta tesis hemos podido deducir la situación real del turismo de salud en Ecuador frente al desarrollo que tienen países vecinos en este sector; lo que nos ayuda a concluir que la práctica del turismo odontológico es una oportunidad tangible, de la cual falta mucho por aprender por parte de todos los profesionales de la salud interesados en esta área.

Es un generador de nuevas fuentes de trabajo, que brinda una muy buena opción para el futuro ya que según los estudios realizados se deduce que el sector del turismo de salud se encuentra en pleno apogeo teniendo un crecimiento anual de un 25% a un 30%, siempre y cuando se lo maneje de la manera correcta; lo que aportaría a las dos industrias un rubro bastante significativo.

Para poder sobresalir como primera opción en el servicio de turismo odontológico es primordial la excelencia en la calidad de los servicios tanto médicos como turísticos, lo que incluye clínicas confortables para la atención y recuperación de los pacientes.

Ecuador al ser un país con una biodiversidad tan grande puede colocarse en un lugar privilegiado en este sector, ya que cuenta con la calidad de salud necesaria, los bajos costos, los lugares turísticos de gran interés y la calidad en el servicio

La estrategia principal que se manejara es la de especialista ya se enfocara en el sector odontológico para poder adquirir y mantener una posición de líder frente a los competidores. Los canales de distribución se realizarán a través de medios tecnológicos, por ser los más usados por nuestro mercado objetivos.

La empresa estará ubicada en el sector de Ñaquito, ubicado al noroeste de la capital, es considerado como el centro financiero y bancario de la ciudad; lo que es de gran ayuda por la cercanía que se tiene a las clínicas dentales asociadas y a la agencia de turismo con la cual se realizará la alianza estratégica.

El organigrama con el cual se empezará está basado en 7 personas multifuncionales, gerente general, asistente ejecutiva, gerente de operaciones, quien tendrá a su cargo a tres vendedores y un contador. Todos ellos serán seleccionados según el perfil que se requiere y tendrán capacitaciones continuas para cumplir a cabalidad sus funciones. Como se mencionó en capítulos anteriores el personal va a ser lo más importante para la empresa, ya que se desea trabajar en un buen ambiente laboral y esto se verá reflejado en la calidad de servicio que se brinde al cliente.

12.2 Recomendaciones

En el transcurso de la elaboración de este proyecto existieron varias complicaciones al momento de obtener información, realizar investigaciones y procesos que se deben llevar a cabo para llevar a cabo el proyecto, por lo que surgen las siguientes recomendaciones.

Al ser un emprendimiento nuevo del cual no se tiene mucho conocimiento en el país, es recomendable empezar con un personal limitado, hasta que la empresa se establezca, de esta manera no generara cierto ahorro en personal extra.

Para realizar la selección de personal que trabajará en la empresa uno de los puntos más importantes a tomar en cuenta serán los valores que cada persona tenga que vayan acorde con las necesidades del negocio. Adicional es indispensable realizar capacitaciones periódicas a cada empleado.

Realizar evaluaciones periódicas a los proveedores de servicio para ver la necesidad de generar nuevos paquetes turísticos o nuevos tratamientos dentales según sean las necesidades de los clientes.

Revisar y analizar anualmente la planeación estratégica del negocio, estrategias de crecimiento y posicionamiento.

Aplicar sistemas de mejora continua en todos los procesos del negocio, en los cuales también se debe tomar en cuenta a los proveedores de los servicios ya que son la base del negocio.

Es vital para la empresa estar pendiente del macro entorno para prever cualquier situación cambiante que dificulte el desarrollo del negocio.

REFERENCIAS

- Anzola Rojas, S. (2010). *Administración de Pequeñas Empresas*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Artículos para odontólogos. (s.f.). Obtenido de http://www.odontologosecuador.com/espanol/artodontologos/rayo_laser_en_odontologia_estetica.htm
- Banco Mundial. (s.f.). Obtenido de <http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.1564.TO.ZS/countries>
- Biasca, R. (s.f.). *Somos competitivos?: Análisis estratégico para crear valor*. Buenos Aires, Argentina.
- Biocomercio Andino. (2014). Obtenido de <http://www.biocomercioecuador.ec/biocomercio-en-el-ecuador/biodiversidad-en-el-ecuador>
- Calderón, S. A. (01 de Noviembre de 2012). *El Comercio*. Obtenido de http://www.elcomercio.ec/cartas_a_la_direccion/ODONTOLOGIA-NEUROFOCAL-ECUADOR_0_802119969.html
- Carreno, L. (s.f.). *LIFEXPAND USA*. Obtenido de <http://www.lifexpandusa.com/index.php/es/vivir-en-estados-unidos/34-los-seguros-medicos-en-estados-unidos-el-gran-desconocido>
- Censusviewer.com. (29 de julio de 2015). *Censusviewer.com*. Obtenido de <http://censusviewer.com/state/TX>
- Colombia Medical Tours, Un poco de historia sobre el turismo médico. (s.f.). Recuperado el 2015, de <http://www.colombiamedicaltours.com/index.php/turismo-medico>
- Cornelis, A., & Kluyver. (s.f.). *Pensamiento estratégico: una perspectiva para los ejecutivos*. (M. F. Castillo, Ed., & A. L. Merli, Trad.) Argentina.
- datosmacro. (s.f.). Obtenido de <http://www.datosmacro.com/pib/ecuador>
- Definición abc. (s.f.). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/economia/sociedad-limitada.php>
- Ecuador en Cifras. (s.f.). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

- inec/Inflacion/InflacionDiciembre2014/Reporte_de_inflacion_dic_2014.pdf
- Ecuador en Cifras. (s.f.). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/InflacionDiciembre2014/Presentacion_IPCdiciembre2014.pdf
- Ecuador en cifras. (08 de 01 de 2015). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-cierra-el-2014-con-una-inflacion-de-367/>
- Ecuale. (s.f.). *Ecuale*. Obtenido de <http://www.ecuale.com/cotopaxi/parquenacional.php>
- Ecuale. (s.f.). *Ecuale*. Obtenido de <http://www.ecuale.com/tungurahua/banos.php>
- Ecuale. (s.f.). *Ecuale*. Obtenido de <http://www.ecuale.com/chimborazo/>
- Ecuavisa. (22 de Abril de 2014). Obtenido de <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/actualidad/58881-economia-ecuador-crecio-45-2013>
- El Comercio. (15 de Noviembre de 2013). Obtenido de http://www.elcomercio.com.ec/negocios/inversion-Ecuador-IED-economia_0_1030097125.html
- El Mercurio. (02 de Febrero de 2010). Obtenido de <http://www.elmercurio.com.ec/231094-cuenca-sede-de-la-cirugia-turistica/#.U2bOsvI5OAU>
- El Tiempo. (18 de 11 de 2012). Obtenido de <http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/109921-5-000-jubilados-extranjeros-en-cuenca/>
- Equipo editorial de turismomedico.org. (s.f.). *Turismo medico: Un negocio que rebosa de salud*. Recuperado el 22 de Abril de 2015, de <http://turismomedico.org/turismo-medico-un-negocio-que-rebosa-de-salud/>
- Farias, L. M. (19 de Septiembre de 2011). Obtenido de <http://www.canatur-nicaragua.org/centro-de-documentacion/turismo-medico.pdf>

- Farias, M. (19 de Septiembre de 2011).
- Fedaeps. (Febrero de 2012). Obtenido de <http://www.fedaeps.org/economia-critica-10/la-transformacion-economica-del>
- Fernández, C. (2004). *Comportamientos estratégicos*. Madrid.
- Flint, P. (2002). *Tratado de Defensa de la Libre Competencia*. Lima: Fondo Editorial de la Pontifica Universidad Catolica del Peru.
- Gobernacion Cotopaxi. (s.f.). *Ecuador ama la vida*. Obtenido de <http://gobnacioncotopaxi.gob.ec/lugares-turisticos-de-la-provincia/>
- Guia de Turismo accesible para personas con discapacidad. (s.f.). Obtenido de http://ecuadorturismoaccesibleparapersonascondiscapacidad.com/index.php?option=com_content&view=article&id=7:pichincha&catid=2:andes-norte&Itemid=6
- Heizer, J., & Render, B. (2009). *Principios de Administracion de Operaciones*. Mexico: Pearson Education.
- hoy. (14 de Abril de 2013). Recuperado el 04 de Mayo de 2014, de hoy: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/extranjeros-prefieren-a-los-medicos-cuencanos-578731.html>
- Ibertic. (23 de febrero de 2015). *ibertic.org*. Obtenido de http://www.ibertic.org/evaluacion/pdfs/ibertic_guia_entrevistas.pdf
- IEPI. (07 de abril de 2015). <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- INEC. (29 de julio de 2015). ecuadorencifras.gob.ec. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-nacional-economico/>
- In-Quito. (s.f.). Obtenido de <http://www.in-quito.com/uio-kito-qito-kyto-kyto/spanish-uio/pichincha-ecuador/ecuador-pichincha.htm>
- Joint Commission International. (s.f.). Recuperado el 2015, de <http://es.jointcommissioninternational.org/>
- Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing*. México.
- Lewis, J. (2010).
- Mestrovic, T. (17 de Sep. de 2014). *News Medical*. Obtenido de <http://www.news-medical.net/health/Medical-Tourism-Risks.aspx>

- mexico.smetoolkit.org. (2015). *http://mexico.smetoolkit.org*. Obtenido de <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3641/Etapas-de-desarrollo-en-la-empresa->
- Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos. (s.f.). Obtenido de http://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/2014/05/c%C3%B3digo_org%C3%A1nico_integral_penal_-_coip_ed._sdn-mjdhc.pdf
- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de Marketing*. (P. d. Publicacions, Ed.) Prefectura de Imbabura. (s.f.). *Prefectura de Imbabura*. Obtenido de <http://www.imbabura.gob.ec/imbabura/datos-generales.html>
- Psicología del Color. (s.f.). *Psicología del Color*. Obtenido de <http://www.psicologiadelcolor.es/>
- Pública, M. d. (09 de Julio de 2013). *Ministerio de Salud Pública*. Obtenido de <http://www.salud.gob.ec/conozca-los-requisitos-y-valores-a-pagar-para-obtener-el-permiso-de-funcionamiento-de-establecimientos-comerciales-y-de-servicios/>
- Puelma, A. (1991). *Curso práctico sobre sociedades de responsabilidad limitada*. Chile: Editorial jurídica de Chile.
- Pulgarín, E. A. (10 de 08 de 2011). *Revista Vinculando*. Obtenido de http://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/clases_de_turismo_sostenible_desarrollo_hotelero.html
- Quito. (s.f.). *Quito*. Obtenido de <http://www.quito.com.ec/que-hacer/ecoturismo-y-naturaleza/la-avenida-de-los-volcanes>
- Redaccion Economía. (1 de diciembre de 2013). Estructura legal, primer requisito para crear una empresa. *El Telegrafo*, pág. 5.
- Revista vistazo. (s.f.). *Revista Vistazo*. Obtenido de <http://www.vistazo.com/imprensa/reportaje/imprimir.php?Vistazo.com&id=4531>
- Rivera, H., & Restrepo, L. F. (2006). *Análisis estructural de negocios estratégicos*. Colombia: Universidad del Rosario.
- Russell, J. T. (2005). *Publicidad*. México: Pearson Educación .

- Torres, M., Paz, K., & Salazar, F. (2002). *Tamaño de una Muestra para Investigacion de Mercados*. Guatemala, Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Turismo. (6 de Mayo de 2008). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Turismo-Aventura. (s.f.). Recuperado el 2015, de <http://www.turismo-aventura.net/conoce-los-4-tipos-de-turismo-de-aventura/>
- UDLA. (2014). Plan de Negocios. *Desarrollo Planes de Negocios 6*. Quito.
- Viajandox. (s.f.). Obtenido de <http://www.viajandox.com/pichincha-atractivos-provincia.htm>
- Viajandox. (s.f.). *Viajandox*. Obtenido de <http://www.viajandox.com/imbabura/otavalo-canton.htm>
- www.tshaonline.org. (2 de agosto de 2015). */www.tshaonline.org*. Obtenido de <https://www.tshaonline.org/handbook/online/articles/II/bzi4.html>

ANEXOS

Anexo 1: Patente Municipal

MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Formulario de Inscripción y Actualización del Registro Actividades Económicas Tributarias
RAET - SOCIEDADES



Fecha:

A. IDENTIFICACIÓN DE LA SOCIEDAD

RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL:	
RUC (En caso de poseerlo):	
NOMBRE COMERCIAL:	
TIPO DE SOCIEDAD:	
FECHA DE CONSTITUCIÓN:	
FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES:	
ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL:	
ACTIVIDADES ECONÓMICAS SECUNDARIAS:	

B. DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL

APELLIDOS Y NOMBRES:	
Nº. IDENTIFICACIÓN:	
CARGO:	
FECHA DE NOMBRAMIENTO:	
DIRECCIÓN:	
TELÉFONO:	
CORREO ELECTRÓNICO:	

C. DATOS UBICACIÓN DE LA SOCIEDAD

PARROQUIA:		
BARRIO:		
CALLE PRINCIPAL:		
Nº. CASA:		
INTERSECCIÓN:		
Nº. PREDIO DONDE REALIZA LA ACTIVIDAD ECONÓMICA:		
CORREO ELECTRÓNICO:		
TELÉFONO 1:	TELÉFONO 2:	TELÉFONO 3:

Firma del Representante Legal

Administración General Dirección Metropolitana Tributaria

Anexo 3: Encuesta

Indique su país de origen	Alemania	2
	EEUU	51
	Francia	2
	Ecuador	43
	Colombia	1
	Panamá	1
Indique su país de residencia	EEUU	90
	Italia	1
	Argentina	2
	Colombia	2
	España	3
	Alemania	2
Indique su genero	Hombre	54
	Mujer	46
Indique su edad	10-15 años	3
	16-20 años	8
	21-25 años	49
	26-30 años	15
	31-35 años	5
	36-40 años	5
	41-45 años	6
	46-50 años	5
	51-55 años	2
	56-60 años	2
Se ha realizado algún tratamiento dental fuera del país?	Si	18
	No	82
En que país?	Italia	1
	Alemania	3
	Ecuador	6
	EEUU	4
	Peru	2
	Colombia	2
Le interesaría realizarse tratamientos dentales en Ecuador? (Si su respuesta es negativa, Ud ha terminado esta encuesta)	Si	83
	No	17
Cuales aspectos son los mas importantes para usted al	Certificación Medica	90,24
	Bilingüismo del Personal	26,83

momento de elegir un lugar donde realizar sus procedimientos médicos?	Precios	68,29
	Seguridad del País	30,49
	Infraestructura Hotelera y Hospitalaria	32,93
	Clima	21,95
	Servicios Post-Operatorios	56,1
	Opciones Turísticas	21,95
Presupuesto destinado para realizarse tratamientos en el extranjero	0-500 USD	22,5
	500-1000 USD	32,5
	1000-1500 USD	20
	1500-2000 USD	8,75
	2000-2500 USD	5
	2500-3000 USD	6,25
	mas de 3000 USD	5
Cuando se realiza estos procedimientos viaja acompañado por?	Amigo(a)	35,06
	Hijo(s)	22,08
	Pareja	45,45
	Padre(s)	66,23
	Abuelo(s)	19,48
Acudiría usted a una Agencia de Turismo Medico y Estético en donde pueda obtener los servicios que desea de manera personalizada	Si	87,65
	No	12,35
Que servicios contrataría a través de la Agencia?	Tiquete Aéreo	76,62
	Hospedaje	71,43
	Procedimiento + Cirujano	68,83
	Hospital/clínica/centro Médico	71,43
	Recorridos turísticos	45,45
	Actividades de Ocio y Entretenimiento	33,77
	Transporte Interno	50,65
	Servicios Post-Operatorios	54,55

Anexo 4: Preguntas a los Expertos

Preguntas Entrevistas con los Expertos

1. Qué proporción de sus clientes son extranjeros
2. De que nacionalidades
3. Que buscan en un servicio medico
4. Que conoce de los tratamientos dentales en otros países
5. Que diferencia a los servicios ecuatorianos de los de otros países a parte del precio
6. Que formas de pago utilizan los extranjeros
7. Viven aquí (residentes) o viajan

Anexo 5: Logotipo



Anexo 6: Costo tratamientos Dentales

Apreciada Pamela Benítez a continuación detallo su cotización en base a su tratamiento odontológico.:

PROCEDIMIENTO A REALIZAR	COSTO DOLARES
Implante dentario pieza dentaria # 36	1000
Exodoncia pieza dentaria # 48 impactada	120
Corona de metal porcelana pieza dentaria # 14	180

NOTA: el pago del implante dentario se realiza en dos partes la mitad el día de la cirugía de colocación del implante y la otra mitad cuando se termine el tratamiento es decir cuando ya se coloque la corona sobre el implante.

Por la atención muchas gracias.

Atentamente

DR. MARCELO GUERRA
ODONTOLOGO - IMPLANTOLOGO

Anexo 7: Paquete Turístico A



PROGRAMA

Quito escénico y Bosque Nublado

Día 1_ *Arribo a Quito (Transfer Tababela – Hotel)*

El día uno es un día tranquilo, comprende el traslado desde el Aeropuerto Mariscal Sucre en el sector de Tababela hasta el centro de la ciudad al Hotel Rincón Escandinavo.

El Hotel Rincón Escandinavo es un confortable hotel ubicado en una calle tranquila, en el borde mismo de la principal área turística de Quito. Está a solo 3 minutos de los principales restaurantes, bares, centros nocturnos y tiendas. Es muy conocido por su amigable personal, con atención personalizada, siempre uno de sus propietarios estará ahí para atenderle y hacerlo sentir como en casa. El hotel fue diseñado especialmente para aquellos que requieren de un buen servicio, hospitalidad y especial cuidado por los detalles.

Una vez hospedado el cliente se realizará el transfer del hotel al Consultorio Dental para revisión general, diagnóstico y radiografías. Este día no incluye visita a ningún centro turístico.

Día 2_ *Quito – Centro Odontológico – Hotel Escandinavo*

El día dos es un día invertido completamente para la revisión médica dental, este paquete incluye la operación de los terceros molares. Cuya operación dependiendo de la complejidad puede tomar entre dos a cuatro horas.

Posterior a la operación se requiere el traslado del paciente al Hotel y en caso de que requiera el cliente la compra de medicina cuyo valor es personal, la agencia solo facilita la logística.

Día 3. _ Quito City Tour – Monumento a la Mitad del Mundo – Mindo

Una vez recuperado el paciente iniciamos el itinerario vacacional posterior al desayuno ligero.

Visitaremos en Centro Histórico de Quito, uno de los mejor conservados de América, que fue declarado por la Unesco Patrimonio Cultural de la Humanidad, en 1978. Aquí encontraremos hermosas y espectaculares iglesias, museos y conventos. Al sur del Centro Histórico, se encuentra El Panecillo, en cuya cima una estatua de 43 metros de la Virgen de Quito domina la ciudad. Desde El Panecillo podrá observar toda la ciudad y la avenida de los Volcanes, puesto que es el sitio ideal dentro del valle de Quito donde se pueden apreciar los Andes que la rodean.

Luego, visitaremos el monumento a la Mitad del Mundo, por donde pasa la línea ecuatorial. Aquí conoceremos sobre la expedición franco-española que visitó el país en 1736 para establecer la ubicación de la línea ecuatorial, bajo la dirección de Charles de la Condamine. En este lugar podremos poner un pie en el hemisferio norte y otro en el hemisferio sur, y visitaremos el Museo Etnológico, ubicado dentro del monumento. Finalmente, conoceremos en Museo Intián, ubicado cerca del monumento a la Mitad el Mundo, donde tendremos la oportunidad de divertirnos con algunos experimentos que solo pueden hacerse en la verdadera mitad del mundo. Podremos descubrir cómo perder peso en segundos o cómo mantener un huevo parado sobre la cabeza de un clavo. Seguramente esta visita le proveerá de muchas fotos interesantes.

Después de la visita al complejo partiremos con dirección al noroccidente de la Provincia para pernoctar en Sachatamia, hotel ubicado en la zona de Mindo.

Día 4. _ Mindo – Mariposario – Orquídeario

Antes del desayuno y muy temprano por la mañana, nos dirigiremos a la observación del Gallo de la Pena, ritual de un ave insigne de los bosques nublados del Ecuador y muy en especial de la zona de Mindo, después de avistamiento regreso al hotel para tomar el desayuno.

A media mañana nos dirigiremos al poblado de Mindo, donde visitaremos el Mariposario y Orquidario con una pequeña caminata por la zona y observar aves en los caminos que conducen al Río Cristal. Almuerzo y Cena incluidas.

Día 5_ Mindo - Tulipe - Quito (Tababela)

Después del desayuno, nos prepararemos para realizar una caminata por la reserva de bosque primario y secundario del hotel. Interesante para la observación de aves en el bosque, regreso al hotel donde nos dirigiremos al poblado de Tulipe, almuerzo en el camino.

En este lugar se podrá apreciar todo el complejo de piscinas desarrollado por culturas pre-incásicas donde se puede apreciar el conocimiento del solsticio y equinoccios muy importante para los calendarios agrícolas de las culturas ancestrales. Regreso a la ciudad de Quito directo al Aeropuerto localizado en Tababela.

Entrega de souvenirs fin del viaje.

PRECIO POR PERSONA mínimo 2 (VALUE PER PAX)

- PRECIO /PER \$ 755
- HO SPEDAJE QUITO: Hotel Escandinavo
- HO SPEDAJE MINDO: Cabañas del Bosque (Suplemento habit Sencilla \$ 180)

INCLUYE

- Guía Naturalista
- Entradas
- Alimentación mencionada en el paquete
- Alojamiento en habit Cabañas del Bosque
- Entradas a museos , parques y reservas privadas
- Dos noches de alojamiento en Quito
- Transfer Aeropuerto Tababela - Quito
- Transfer Quito - Aeropuerto Tababela



No Incluye

- > Gastos personales (medicina, consulta médica)
- > Bebidas en las comidas incluidas
- > Gratuidades para guía y chofer
- > IVA 12%

Total de Gastos incluyendo IVA

- > 845,60

Atentamente

Paul Bustos

Andesconexión

Anexo 8: Paquete Turístico B



PROGRAMA

Quito escénico - Bosque Nublado - Lagos

Día 1_ *Avenida a Quito (Transfer Tababela – Hotel)*

El día uno es un día tranquilo, comprende el traslado desde el Aeropuerto Mariscal Sucre en el sector de Tababela hasta el centro de la ciudad al Hotel Rincón Escandinavo.

El Hotel Rincón Escandinavo es un confortable hotel ubicado en una calle tranquila, en el borde mismo de la principal área turística de Quito. Está a solo 3 minutos de los principales restaurantes, bares, centros nocturnos y tiendas. Es muy conocido por su amigable personal, con atención personalizada, siempre uno de sus propietarios estará ahí para atenderle y hacerlo sentir como en casa. El hotel fue diseñado especialmente para aquellos que requieren de un buen servicio, hospitalidad y especial cuidado por los detalles.

Una vez hospedado el cliente se realizará el transfer del hotel al Consultorio Dental para revisión general, diagnóstico y radiografías. Este día no incluye visita a ningún centro turístico.

Día 2_ *Quito – Centro Odontológico – Hotel Escandinavo*

El día dos es un día invertido completamente para la revisión médica dental, este paquete está destinado para un tratamiento dental leve y de baja complejidad. Posterior al tratamiento u operación, se realizará el traslado del paciente al hotel y en caso de que requiera el cliente la compra de medicina cuyo gasto es personal, la agencia facilita la logística.

Día 3_ *Quito – Centro Odontológico – Hotel Escandinavo*

El día tres es un día para el descanso, este paquete está destinado para un tratamiento dental medio y complejidad media. El servicio de la operadora de turismo facilitará la compra de medicina en el caso de requerirla.

Día 4. Quito City Tour – Monumento a la Mitad del Mundo – Mindo

Una vez recuperado el paciente iniciamos el itinerario vacacional posterior al desayuno ligero.

Visitaremos en Centro Histórico de Quito, uno de los mejor conservados de América, que fue declarado por la Unesco Patrimonio Cultural de la Humanidad, en 1978. Aquí encontraremos hermosas y espectaculares iglesias, museos y conventos. Al sur del Centro Histórico, se encuentra El Panecillo, en cuya cima una estatua de 43 metros de la Virgen de Quito domina la ciudad. Desde El Panecillo podrá observar toda la ciudad y la avenida de los Volcanes, puesto que es el sitio ideal dentro del valle de Quito donde se pueden apreciar los Andes que la rodean.

Luego, visitaremos el monumento a la Mitad del Mundo, por donde pasa la línea ecuatorial. Aquí conoceremos sobre la expedición franco-española que visitó el país en 1736 para establecer la ubicación de la línea ecuatorial, bajo la dirección de Charles de la Condamine. En este lugar podremos poner un pie en el hemisferio norte y otro en el hemisferio sur, y visitaremos el Museo Etnológico, ubicado dentro del monumento. Finalmente, conoceremos en Museo Injiñán, ubicado cerca del monumento a la Mitad el Mundo, donde tendremos la oportunidad de divertirnos con algunos experimentos que solo pueden hacerse en la verdadera mitad del mundo. Podremos descubrir cómo perder peso en segundos o cómo mantener un huevo parado sobre la cabeza de un clavo. Seguramente esta visita le proveerá de muchas fotos interesantes.

Después de la visita al complejo partiremos con dirección al noroccidente de la Provincia para pernoctar en Sachatamia, hotel ubicado en la zona de Mindo.

Día 5. Mindo – Mariposario – Orquídiario – Tuliza – Mindo

Antes del desayuno y muy temprano por la mañana, nos dirigiremos a la observación del Gallo de la Pena, ritual de un ave insigne de los bosques nublados del Ecuador y muy en especial de la zona de Mindo, después de avistamiento regreso al hotel para tomar el desayuno. A media mañana nos dirigiremos al poblado de Mindo, donde visitaremos el Mariposario y Orquídiario con una pequeña caminata por la zona y observar aves en los caminos que conducen al Río Cristal. Almuerzo y Cena incluidas.

Día 6. Miraflores - Tulipe - Nangulí

Después del desayuno, nos prepararemos para realizar una caminata por la reserva de bosque primario y secundario del hotel. Interesante para la observación de aves en el bosque, regreso al hotel donde nos dirigiremos al poblado de Tulipe, almuerzo en el camino.

En este lugar se podrá apreciar todo el complejo de piscinas desarrollado por culturas pre-incásicas donde se puede apreciar el conocimiento del solsticio y equinoccios muy importante para los calendarios agrícolas de las culturas ancestrales.

Posteriormente nos dirigiremos a uno de los Valles más preciados del noroccidente y cuya historia remarca una lucha por la preservación de los recursos naturales contra la actividad minera es el denominado Valle del Itag. Aquí nos hospedaremos en el Complejo Nangulí que incluye desayuno y acceso al complejo de termas.

Día 7. Nangulí - Cotacachi - Otavalo - Quito

Por la mañana antes del desayuno visitaremos una granja cuyo principal producto es el café orgánico aquí desayunaremos prácticamente de la mata a la cafetera.

En el trayecto Nangulí - Cotacachi haremos una parada estratégica en el Mirador de la Laguna de Guicocha, la misma que está ubicada a pocos kilómetros de Cotacachi, nace de la implosión del volcán y posee dos islotes en su centro, considerada como una de las más hermosas de la Provincia, denominada así por la presencia de muchos cuyes en sus islotes. Forma parte de la Reserva Cotacachi-Cayapas y posee un sendero que la rodea ofreciendo una espectacular vista.

A nuestro arribo a Cotacachi probaremos una de los platos típicos del sector de los lagos conocida como "las carnes coloradas", haremos un circuito de visita a varias tiendas de cuero puesto que es la especialidad de manufactura del sector y nos trasladaremos a Otavalo para pernoctar ahí.



El último día comprende la visita a Otavalo, su mercado reconocido internacionalmente por su feria de artesanías (textiles, cerámicas y pictóricas) y el respectivo traslado a Quito al aeropuerto ubicado en Tababela.

Entrega de souvenirs fin del viaje.

PRECIO POR PERSONA mínimo 2 (VALUE PER PAX)

- PRECIO /PER \$ 1200
- HOSPEDAJE QUITO: Hotel Escandinavo
- HOSPEDAJE MINDO: Cabañas del Bosque (Suplemento habs Sencilla \$ 180)
- HOSPEDAJE EN NANGULVI: Complejo Nangulvi

INCLUYE

- Guía Naturalista
- Entradas
- Alimentación mencionada en el paquete
- Alojamiento en habs Cabañas del Bosque
- Entradas a museos , parques y reservas privadas
- Tres noches de alojamiento en Quito
- Dos noches de alojamiento en Mindo
- Una noche de alojamiento en Nangulvi
- Transfer Aeropuerto Tababela – Quito
- Transfer Quito – Aeropuerto Tababela

No Incluye

- > Gastos personales (medicina, consulta médica)
- > Bebidas en las comidas incluidas
- > Gratuidades para guía y chofer
- > IVA 12%

Total de Gastos incluyendo IVA

- > 1344,00

Atentamente

Paul Bustos
Andesconexión

Anexo 9: Paquete Turístico C



PROGRAMA

Quito escénico – Bosque Nublado – Los Lagos – Avenida de los Volcanes

Día 1. Arribo a Quito (Transfer Tababela – Hotel)

El día uno es un día tranquilo, comprende el traslado desde el Aeropuerto Mariscal Sucre en el sector de Tababela hasta el centro de la ciudad al Hotel Rincón Escandinavo.

El Hotel Rincón Escandinavo es un confortable hotel ubicado en una calle tranquila, en el borde mismo de la principal área turística de Quito. Está a solo 3 minutos de los principales restaurantes, bares, centros nocturnos y tiendas. Es muy conocido por su amigable personal, con atención personalizada, siempre uno de sus propietarios estará ahí para atenderle y hacerlo sentir como en casa. El hotel fue diseñado especialmente para aquellos que requieren de un buen servicio, hospitalidad y especial cuidado por los detalles.

Una vez hospedado el cliente se realizará el transfer del hotel al Consultorio Dental para revisión general, diagnóstico y radiografías. Este día no incluye visita a ningún centro turístico.

Día 2. Quito – Centro Odontológico – Hotel Escandinavo

El día dos es un día invertido completamente para la revisión médica dental, este paquete está destinado para un tratamiento dental que se cubre en dos fases como continuación a la implementación de un implante este tratamiento es de complejidad avanzada porque requiere una revisión periódica por 15 días, hasta que se determine que el paciente puede retomar a su país de origen.

Posterior al tratamiento u operación, se realizará el traslado del paciente al hotel y en caso de que requiera el cliente la compra de medicina cuyo gasto es personal, la agencia facilita la logística.

Día 3. Quito City Tour – Monumento a La Mitad del Mundo – Mindo

Una vez recuperado el paciente iniciamos el itinerario vacacional posterior al desayuno ligero.

Visitaremos en Centro Histórico de Quito, uno de los mejor conservados de América, que fue declarado por la Unesco Patrimonio Cultural de la Humanidad, en 1978. Aquí encontraremos hermosas y espectaculares iglesias, museos y conventos. Al sur del Centro Histórico, se encuentra El Panecillo, en cuya cima una estatua de 43 metros de la Virgen de Quito domina la ciudad. Desde El Panecillo podrá observar toda la ciudad y la avenida de los Volcanes, puesto que es el sitio ideal dentro del valle de Quito donde se pueden apreciar los Andes que la rodean.

Luego, visitaremos el monumento a la Mitad del Mundo, por donde pasa la línea ecuatorial. Aquí conoceremos sobre la expedición franco-española que visitó el país en 1738 para establecer la ubicación de la línea ecuatorial, bajo la dirección de Charles de la Condamine. En este lugar podremos poner un pie en el hemisferio norte y otro en el hemisferio sur, y visitaremos el Museo Etnológico, ubicado dentro del monumento. Finalmente, conoceremos en Museo Inián, ubicado cerca del monumento a la Mitad el Mundo, donde tendremos la oportunidad de divertirnos con algunos experimentos que solo pueden hacerse en la verdadera mitad del mundo. Podremos descubrir cómo perder peso en segundos o cómo mantener un huevo parado sobre la cabeza de un clavo. Seguramente esta visita le proveerá de muchas fotos interesantes.

Después de la visita al complejo partiremos con dirección al noroccidente de la Provincia para pernoctar en Sachatamia, hotel ubicado en la zona de Mindo.

Día 4. Mindo – Mariposario – Orquidario – Tlalze – Mindo

Antes del desayuno y muy temprano por la mañana, nos dirigiremos a la observación del Gallo de la Pena, ritual de un ave insigne de los bosques nublados del Ecuador y muy en especial de la zona de Mindo, después de avistamiento regreso al hotel para tomar el desayuno. A media mañana nos dirigiremos al poblado de Mindo, donde visitaremos el Mariposario y Orquidario con una pequeña caminata por la zona y

observar aves en los caminos que conducen al Río Cristal. Almuerzo y Cena incluidas.

Día 5. _ Miranda - Tulipe - Mangulví

Después del desayuno, nos prepararemos para realizar una caminata por la reserva de bosque primario y secundario del hotel. Interesante para la observación de aves en el bosque, regreso al hotel donde nos dirigiremos al poblado de Tulipe, almuerzo en el camino.

En este lugar se podrá apreciar todo el complejo de piscinas desarrollado por culturas pre-incásicas donde se puede apreciar el conocimiento del solsticio y equinoccios muy importante para los calendarios agrícolas de las culturas ancestrales.

Posteriormente nos dirigiremos a uno de los Valles más preciados del noroccidente y cuya historia remarca una lucha por la preservación de los recursos naturales contra la actividad minera es el denominado Valle del Intag. Aquí nos hospedaremos en el Complejo Nangulví que incluye desayuno y acceso al complejo de termas.

Día 6. _ Nangulví - Cotacachi - Otavalo - Quito

Por la mañana antes del desayuno visitaremos una granja cuyo principal producto es el café orgánico aquí desayunaremos prácticamente de la mata a la cafetera.

En el trayecto Nangulví - Cotacachi haremos una parada estratégica en el Mirador de la Laguna de Quicocha, la misma que está ubicada a pocos kilómetros de Cotacachi, nace de la implosión del volcán y posee dos islotes en su centro, considerada como una de las más hermosas de la Provincia, denominada así por la presencia de muchos cuyes en sus islotes. Forma parte de la Reserva Cotacachi-Cayapas y posee un sendero que la rodea ofreciendo una espectacular vista.

A nuestro arribo a Cotacachi probaremos una de los platos típicos del sector de los lagos conocida como "las carnes coloradas", haremos un circuito de visita a varias tiendas de cuero puesto que es la especialidad de manufactura del sector y nos trasladaremos a Otavalo

En Otavalo visitaremos su mercado reconocido internacionalmente por la calidad y diversidad de artesanías (textiles, cerámicas y pictóricas) y el respectivo traslado a Quito.

Día 7._ Quito – Centro Odontológico – Hotel Escorial

El servicio de la operadora facilitará el traslado del paciente al centro odontológico para la respectiva revisión, la compra de medicina en el caso de requerirla, la misma que debe ser solventada por el paciente.

Día 8._ Quito – Tambopaxi

Posterior a la segunda revisión reiniciamos la actividad turística con un deleite del paisaje y sin mucha actividad física. Nos trasladaremos al sector del Cotopaxi específicamente a la hacienda Tambopaxi donde podremos apreciar flora y fauna nativa, majestuosos paisajes acompañados por el volcán Cotopaxi y la laguna de Limpipungo.

Disfrutaremos de una velada junto a la chimenea y a un canelazo (bebida obtenida de la combinación de especias y naranjillas, típica de tierras frías) que puede servirse sin alcohol.

Día 9._ Tambopaxi – Tigua – Quilotoa

Al día siguiente en las inmediaciones de la misma provincia nos trasladaremos a otro volcán conocido como Quilotoa, cuyas características no son nada similares, puesto a que su actividad cesó hace miles de años y dentro del cráter actualmente existe una laguna de color turquesa cuya intensidad cambia con las características climáticas.

Sin embargo antes de llegar a este esplendoroso paisaje haremos una parada estratégica en el sector de Zumbahua donde los pintores de Tigua resaltan por la singularidad de sus pinturas y caretas.

El inicio de la pintura en Tigua se debe a Julio Toaqui, habitante de la comunidad comenzó a utilizar tambores de madera para sus pinturas. Julio explica que su decisión de convertirse en pintor nace a partir de un sueño y un encuentro con un anciano Shaman.

Los pinceles son de plumas de gallina; el material es anilina, las pinturas de Tigua representan la cotidianidad visible en los Andes ecuatorianos, el frío de páramo y las nubes cargadas de lluvia las mismas que en sus manos toman inmediatamente tonos de colores.

Día 10. _ *Cuñilotoa - Salcedo - Baños*

Después de nuestra visita a este rincón de colores nos trasladaremos a la ciudad ubicada a las puertas de la mamá Tungurahua, conocida como Baños de Agua Santa. Este es un lugar idóneo para el descanso y relax determinado por las termas provenientes del mismo volcán o por lo contrario de mucha adrenalina puesto que es reconocido por sus deportes de aventura.

Previó a nuestro arribo a Baños y para endulzar el paladar conoceremos y probaremos los "auténticos helados de Salcedo", ciudad caracterizada por la venta de helados de crema cuyas capas de sabores provino del invento de Monjitas Franciscanas quienes lograron "sacar los helados del convento y liberarlo para el mundo". Este día pernactaremos en Baños después de un relajante baño termal.

Día 11. _ *Baños - Casa del Árbol - Pailón del Diablo - Baños*

El día siguiente por la mañana tenemos dos lugares específicos de visita la Casa del Arbol y el Pailón del Diablo.

La Casa del Árbol.- Es un lugar perfecto como para disfrutar un PICNIC con amigos o la familia, de igual manera disfrutar de las fabulosas vistas del volcán Tungurahua y las montañas que rodean la ciudad de Baños Ecuador, y si gustas y no tienes miedo a las alturas y la adrenalina porque no subirte al más famoso columpio (meecedora) que tiene el Ecuador.

Si tienes suerte podrás presenciar una interesante charla sobre el sin número de erupciones suscitadas a lo largo de los últimos 15 años a cargo del experto y vigía del Instituto geográfico Militar el Sr. Carlos Sánchez, en ésta conversación podrá observar el diferente tipo de rocas volcánicas expulsadas, las fases eruptivas, y conocer a fondo a la majestuosa Mama Tungurahua

Pailón del Diablo.- El Pailón del Diablo es una enorme cascada ubicada a 30 minutos de la ciudad de Baños, en la vía que conduce a Puyo (Pastaza), en la parroquia de Río Verde. Considerada como uno de los mayores atractivos de la zona; su nombre se debe a la formación similar de una paila y además cuando se la observa desde el puente colgante, en la roca se divisa la cara del diablo.

Regresamos a Baños para pernoctar.

Día 12. Baños - Riobamba (Estación de Urbina - Baltazar Ushca)

A la mañana siguiente retornaremos nuestro viaje por la Avenida de los Volcanes, es turno del Chimborazo conocido como el Coloso de los Andes o el punto más cercano al sol, nombre que tiene mucho de verdad puesto que si medimos un punto desde el centro de la tierra a la cima del Chimborazo tendremos la mayor longitud alcanzable sobre la superficie de la tierra, es decir es el punto más cercano al espacio exterior.

Visitaremos la Reserva de Producción Faunística Chimborazo reconocida por la reintroducción de llamas a partir de la década de los 80, la cual ha tenido un éxito rotundo y que actualmente constituye una actividad económica para las poblaciones aledañas.

También recorreremos en nuestro camino la Estación de Urbina y nos deleitaremos con las anécdotas de Baltazar Ushca conocido como el último hijero del Chimborazo. Pernoctaremos en la Sultana de los Andes o Riobamba.

Día 13. Riobamba (Cacha)

Al día siguiente y para dar un poco de descanso al alma y los piés nos dirigimos a la parroquia de Cacha. Este lugar poco conocido es un claro ejemplo del trabajo comunitario. Cacha, es una parroquia rural indígena dedicada a las actividades agrícolas, artesanales y turísticas. Es una de las nacionalidades indígenas del Ecuador y pueblo milenario de la nacionalidad Punuwá, tierra y cuna de los reyes Duchicelas que gobernaron la nación Punuhá desde antes de la llegada de los Caras-Shuris. Su trabajo duro y esfuerzo pueden verse contruidos cuando

visitemos y nos hospedemos en Pucara Tambo un complejo turístico comunitario.

Día 14_ Quito – Centro Colonial/Quito – Hotel Escandinavo

Muy por la mañana y para aprovechar el día retornaremos a Quito para la última revisión. Posterior a la revisión y cuando todo culmine satisfactoriamente se trasladará al paciente al hotel, acordando el transfer para el día siguiente en la ruta Quito- Tababela

Entrega de souvenirs fin del viaje.

PRECIO POR PERSONA mínimo 2 (VALUE PER PAX)

- PRECIO /PER \$ 2000
- HOSPEDAJE QUITO: Hotel Escandinavo
- HOSPEDAJE MINDO: Cabañas del Bosque (Suplemento habt Sencilla \$ 180)
- HOSPEDAJE EN NANGULVI: Complejo Nangulvi
- HOSPEDAJE EN COTOPAXI: Hosteria Tambopaxi
- HOSPEDAJE EN QUILOTOA: Quilotoa Rooms.
- HOSPEDAJE EN BAÑOS: Hosteria y Spa Isla de Baños
- HOSPEDAJE EN RIOBAMBA: Pucara Tambo

INCLUYE

- Guía Naturalista
- Entradas
- Alojamiento en habt Cabañas del Bosque
- Entradas a museos , parques y reservas privadas
- Cinco noches de alojamiento en Quito
- Dos noches de alojamiento en Mindo
- Una noche de alojamiento en Nangulvi
- Una noche de alojamiento en Tambopaxi
- Una noche de alojamiento en Quilotoa Rooms
- Dos noches de alojamiento en Hosteria y Spa Isla de Baños
- Dos noches de alojamiento en Pucara Tambo
- Transfer Aeropuerto Tababela – Quito
- Transfer Quito – Aeropuerto Tababela

No Incluye

- Gastos personales (medicina, consulta médica)
- Bebidas en las comidas incluidas
- Gratuidades para guía y chofer
- IVA 12%
- Comidas y Cenas

Total de Gastos incluyendo IVA

- 2400,00

Atentamente

Paul Bustos

[Andesconexion](#)

Anexo 10: Suministros de Oficina

Tienda Virtual Iniciar Sesión

Catálogo > Detalle del Equipo

HUAWEI Y330 ★★★★★



Características:

- Android
- 4"
- Cámara 3 Mpx
- Wi-Fi
- Radio FM

En planes Claro Plus:
Todo por:
\$24,00
+IMP
por 24 meses
Cuota Mensual Final \$26,88

¡Lo quiero en plan!

Compartir



Precio TVentas

\$24.90

Cantidad

Teléfono Dti DTP215W

- Teléfono alámbrico
- Pantalla LCD de 14 dígitos
- Identificador de llamada en espera tipo II, guarda la información de identificación de hasta 90 llamadas
- Altavoz
- 10 memorias para marcaciones rápidas de dos pulsaciones
- Control digital de volumen de receptor/timbre
- Menú en 4 idiomas: Español, inglés, francés, italiano
- Marcación por tonos o pulsos
- Flash para transferencia de llamadas
- Función de re llamada Indicador de llamada entrante
- Luz parpadeante de timbre
- Puede montarlo en mesa o pared
- Manual en español e inglés
- Color blanco



NOTITAS

Precio: \$5.80

NOTA POST-IT 3M TROQUELADA V/DISEÑOS
BLS.2UND.REF.7350-CAMX
100 en stock

1

AÑADIR AL CARRITO



HOJAS

Precio: \$4.99

PAPEL BOND IDEAL INEN A-4 BLANCO 75GRS.PAQ.500HJS.
REF.7861151301056
100 en stock



ARCHIVADOR

Precio: \$4.44

ARCHIVADOR ACORDEON YUANSHENG A4V/COLORES US-
4302
100 en stock

1

AÑADIR AL CARRITO



BOLÍGRAFO

Precio: \$0.30

BOLIGRAFO BIC AZUL CRISTAL PTA.MEDIA 1100511
100 en stock




BORRADOR

Precio: \$0.27

BORRADOR PELIKAN PZ-20 REF. 4465
100 en stock

[AÑADIR AL CARRITO](#)



CALCULADORA

Precio: \$19.98

CALCULADORA CASIO CIENTIFICA FX-82ES PLUS
/FACTORIZACION PRIMA Y ENTEROS ALEATORIOS
100 en stock

[AÑADIR AL CARRITO](#)



GOMA

Precio: \$1.96

GOMA EN BARRA BIC STICK 21GRS.1401633
100 en stock

1

AÑADIR AL CARRITO



LÁPIZ GRAFITO

Precio: \$0.45

LAPIZ BIC CONTE EVOLUCION REF 655 HB 1100579
100 en stock

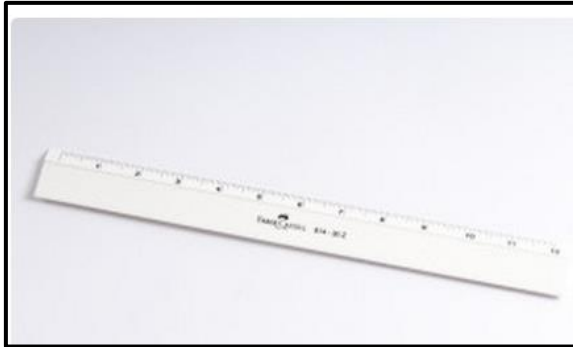


MARCADOR PERMANENTE

Precio: \$0.8g

MARCADOR BIC PERMANENTE AZUL PTA. CUADRADA REF.
2305 /2300 1203045
100 en stock

AÑADIR AL CARRITO



REGLA

Precio: \$0.87

REGLA FABER 20CM. ESCOLAR REF.814-20A
100 en stock



RESALTADOR

Precio: \$1.46

RESALTADOR BIC BRITE LINNER GRIP AMARILLO
REF.1201126 1201058
100 en stock



SACAPUNTA

Precio: \$0.67

SACAPUNTA AIVEN METALICO 2 SERV. BLS. REF.819021
100 en stock

[AÑADIR AL CARRITO](#)



TIJERA


Precio: \$4.68


TIJERA 3M SCOTCH KIDS ESCOLAR 5 1441BESF
100 en stock


1


[AÑADIR AL CARRITO](#)


Anexo 11: Cotización Activos








[Carrito de Pedidos](#) 

[Mi Cuenta](#) 

[Locales](#) 

DORMITORIOS
SALAS
COMEDORES
ENTRETENIMIENTO
OFICINA
EXTERIORES
ACCESORIOS
FACTURA ELECTRÓNICA

DORMITORIOS

Armarios

Camas

- 1 1/2 Plaza
- 2 Plazas
- 2 1/2 Plazas
- 3 Plazas

Veladores y Cómodas

Zapateras

Accesorios para dormitorios

- Almohadas

Colchones

SALAS

Sofás


Sofás en L

Sofás Cama

Butacas

Reclinables

[Oficina](#) > ESCRITORIO FAUSTO



ESCRITORIO FAUSTO


Precio

\$277.96

Colores








[Carrito de Pedidos](#) 

[Mi Cuenta](#) 

[Locales](#) 

DORMITORIOS
SALAS
COMEDORES
ENTRETENIMIENTO
OFICINA
EXTERIORES
ACCESORIOS
FACTURA ELECTRÓNICA

DORMITORIOS

Armarios

Camas

- 1 1/2 Plaza
- 2 Plazas
- 2 1/2 Plazas
- 3 Plazas

Veladores y Cómodas

Zapateras

Accesorios para dormitorios

- Almohadas

Colchones

SALAS

Sofás

Sofás en L

Sofás Cama

Butacas

Reclinables

Mesas de centro y laterales

[Oficina](#) > SILLA DE OFICINA EIRON



SILLA DE OFICINA EIRON

Precio Me gusta 0

\$268.41

Colores

ADQUIERE UN NUEVO GRAND VITARA SZ NEXT Y LLÉVATE GRATIS



MATRÍCULA



SERVICIO TANG



LÁMPARA DE ESCRITORIO



EQUIPOS DE OFICINA

[Conoce más](#)

El Bosque muebles Locales


TEN
10 AÑOS
JUNTOS A TI


MUEBLES

DORMITORIOS SALAS COMEDORES ENTRETENIMIENTO OFICINA EXTERIORES ACCESORIOS FACTURA ELECTRÓNICA

DORMITORIOS
 Armarios
 Camas
 1 1/2 Plaza
 2 Plazas
 2 1/2 Plazas
 3 Plazas
 Veladores y Cómodas
 Zapateras
 Accesorios para dormitorios
 Almohadas
 Colchones
SALAS
Sofás
 Sofás en L
 Sofás Cama
 Butacas
 Reclinables

[Salas](#) > [Sofás](#) > SOFA 2P ODARA



SOFA 2P ODARA
 Precio Me gusta
\$555.49
 Colores




Archivador de madera
PRECIO: \$ 140 DÓLARES



Precio TVentas

\$1,100.00
12cuotas
sin intereses

\$91.67

Televisor Led 50" LG 50LB5610 Full HD

- 50"
- Full HD
- Programación automática de canales
- Potencia de sonido 20 w
- Sensor inteligente de luz
- Resolución 1920 x 1080
- Tecnología Clear Voice II: voces más claras sin distorsiones
- Ahorro de energía inteligente: Motion Eco Sensor
- Cinema Screen, con borde ultra delgado le permite tener una experiencia envolvente, sin obstrucciones, como si estuviera en el cine
- 5 modos de sonido: Standard, music, soccer, cinema, game, sports
- 3 modos de temperatura de color: Cálido, medio, frío
- Modo de imagen: Intelligent, sensor, vivid, standard, cinema, sport, game, isf expert1, isf expert
- Entrada USB
- 2 entradas HDMI para transmitir contenidos de alta definición y señal de audio digital
- Entrada de audio/video
- Reloj
- Encendido y apagado programable
- Sleep programable
- Puede instalarse en la pared

Incluye:

- Control remoto
- Manual en español e inglés

Anexo 12

INVERSION INICIAL										
ACTIVOS TANGIBLES				DEPRECIACION						
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR	Nº AÑOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inmuebles:										
Oficina	1	\$ 90,000.00	\$ 90,000.00	10	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00
Subtotal			\$ 90,000.00		\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00	\$ 9,000.00
Herramientas										
Laptops	7	\$ 802.68	\$ 5,618.76	3	\$ 1,872.92	\$ 1,872.92	\$ 1,872.92	\$ 1,872.92	\$ -	\$ -
Teléfonos fijos	4	\$ 24.90	\$ 99.60	3	\$ 33.20	\$ 33.20	\$ 33.20	\$ 33.20	\$ -	\$ -
Celulares con plan	7	\$ 590.43	\$ 4,133.01	3	\$ 1,377.67	\$ 1,377.67	\$ 1,377.67	\$ 1,377.67		
Televisor	1	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	3	\$ 366.67	\$ 366.67	\$ 366.67	\$ 366.67		
Impresoras	1	\$ 356.25	\$ 356.25	3	\$ 118.75	\$ 118.75	\$ 118.75	\$ 118.75	\$ -	\$ -
Subtotal			\$ 11,307.62		\$ 3,769.21	\$ 3,769.21	\$ 3,769.21	\$ 3,769.21	\$ -	\$ -
Muebles:										
Escritorio	7	\$ 277.96	\$ 1,945.72	10	\$ 194.57	\$ 194.57	\$ 194.57	\$ 194.57	\$ 194.57	\$ 194.57
Sillas	7	\$ 268.41	\$ 1,878.87	10	\$ 187.89	\$ 187.89	\$ 187.89	\$ 187.89	\$ 187.89	\$ 187.89
Sillones	2	\$ 555.49	\$ 1,110.98	10	\$ 111.10	\$ 111.10	\$ 111.10	\$ 111.10	\$ 111.10	\$ 111.10
Archivador	2	\$ 140.00	\$ 280.00	10	\$ 28.00	\$ 28.00	\$ 28.00	\$ 28.00	\$ 28.00	\$ 28.00
Subtotal			\$ 5,215.57		\$ 521.56	\$ 521.56	\$ 521.56	\$ 521.56	\$ 521.56	\$ 521.56
TOTAL			\$ 106,523.19	0	\$ 13,290.76	\$ 13,290.76	\$ 13,290.76	\$ 13,290.76	\$ 9,521.56	\$ 9,521.56

Anexo 13

TABLA DE AMORTIZACION DEL CREDITO					
MONTO USD.	74566	PLAZO	5	PAGO	20099
TASA INTERES	11%	PAGO ANUAL	1		
PERÍODO	DESEMBOLSO	INTERES	PRINCIPAL	SERVICIO us\$	SALDO
0	\$ 74,566.23				\$ 74,566.23
1		\$ 8,090.44	\$12,008.90	\$ 20,099.34	\$ 62,557.33
2		\$ 6,787.47	\$13,311.87	\$ 20,099.34	\$ 49,245.47
3		\$ 5,343.13	\$14,756.20	\$ 20,099.34	\$ 34,489.26
4		\$ 3,742.09	\$16,357.25	\$ 20,099.34	\$ 18,132.01
5		\$ 1,967.32	\$18,132.01	\$ 20,099.34	\$ -
		\$ 25,930.45	\$74,566.23		