



**BENEFICIOS DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y CANADÁ
EN EL TURISMO DE SALUD**

Diana Marcela Rodríguez

Nilys Julieth Sierra

Juan Manuel Saldarriaga

Institución Universitaria Esumer
Facultad de Estudios Internacionales
Medellín, Colombia
2012

**BENEFICIOS DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y CANADÁ
EN EL TURISMO DE SALUD**

Diana Marcela Rodríguez

Nily's Julieth Sierra

Juan Manuel Saldarriaga

Trabajo de investigación presentado para optar al título de:

Profesional en Negocios Internacionales

Director (a):

Marco Antonio Ruiz Correa

Especialista en Logística Internacional

Institución Universitaria Esumer
Facultad de Estudios Internacionales

Medellín, Colombia

2012

DEDICATORIA

Dedicamos este meta en nuestra carrera a nuestras familias que siempre estuvieron en todo momento cuando los necesitamos, por ese apoyo incondicional.

Agradecimiento a la Institución Universitaria Esumer, a los profesores por sus enseñanzas y especialmente a nuestro asesor Marco Ruiz y a todas las personas que de una u otra manera aportaron para que culmináramos con éxitos nuestros estudios.

Resumen

La presente tesis consiste en destacar los beneficios del turismo de la salud con el tratado de libre comercio entre Canadá y Colombia, el objetivo central es dar a conocer este nuevo rubro de la economía nacional que incrementa día a día y que para Colombia es potencialmente bueno y principalmente con Canadá, ya que por medio del tratado el tema en general de servicios se ha destacado mucho y la concentración en el turismo de la salud es fundamental, por ser relativamente nuevo y poco explorado, adicionalmente ingresa con preferencia arancelarias que ayudan para el costo del turismo de salud ofrecido por Colombia e ingresara a precios más competitivos, además de los beneficios para poder ingresar con este nuevo servicio a un país desarrollado e importante en el mundo. Todo esto se logra por la calidad del turismo y la medicina en Colombia tanto curativa, estética y quirúrgica. Para lograr lo anterior se indago en toda la Teoría del Tratado de libre Comercio, clínicas del país, competencia y el mercado de los turistas canadienses. De esta manera poder lograr todos los objetivos propuestos que se destacan en los resultados arrojados por medio del desarrollo de la tesis como en la muestra de los beneficios y el planteamiento de estrategias que destaquen el mercado nacional.

Palabras clave:

Exportación: Es el régimen aduanero que regula la salida en forma temporal o definitiva de las mercancías del territorio nacional. También se considera exportación la salida de mercancías de forma temporal o definitiva a una zona franca industrial.

Investigación de mercados: la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades.

Servicios: actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades.

TLC: consiste en un acuerdo comercial regional o bilateral para ampliar el mercado de bienes y servicios entre los países participantes. Básicamente, consiste en la eliminación o rebaja sustancial de los aranceles para los bienes entre las partes, y acuerdos en materia de servicios. Este acuerdo se rige por las reglas de la Organización Mundial del Comercio (OMC) o por mutuo acuerdo entre los países.

Turismo de salud: La definición internacional de turismo de salud indica que este es el proceso en el cual una persona se desplaza temporalmente por fuera de su lugar de residencia con el objetivo primordial de recibir servicios de salud, bienestar físico, mental y social

Zona franca: es un territorio delimitado de un país donde se goza de algunos beneficios tributarios, como la excepción del pago de derechos de importación de mercancías, de algunos impuestos o la regulación de estos.

ABSTRACT

This thesis is to highlight the benefits of health tourism free trade agreement between Canada and Colombia, the main objective is to introduce this new category of the national economy that increases day by day and that is potentially good for Colombia and Canada mainly because of the treaty by the service general issue has been highlighted much and focus on health tourism the key, being relatively new and little explored, further preferably enters tariff that help us for the cost health tourism offered by Colombia and moving to more competitive prices, along with the benefits to filing this new service to a developed country and important in her world. All this is achieved by the quality of tourism and medicine in Colombia both curative and cosmetic surgery. To achieve this was investigated in the whole theory of the Free Trade clinics in the country, market competition and Canadian tourists. Thus to achieve all what s objectives highlighted in the results obtained through the development of the thesis as in the example of the benefits of the approach and strategies that emphasize the national market.

Keywords:

Export: The customs regime that regulates the output to a temporary or final goods the country. Also considered export the goods temporarily or permanently to an EPZ.

Market Research: Identification, collection, analysis and dissemination of information in a systematic and objective, in order to improve decision-making related to the identification and solution of problems and opportunities.

Services: Identifiable intangible activities that are the main object of a transaction designed to provide customers with satisfaction of desires or needs.

TLC: Is a regional or bilateral trade agreement to expand the market of goods and services between countries. Basically, is the elimination or substantial reduction of tariffs on goods between the parties, and agreements on services. This agreement is governed by the rules of the World Trade Organization (WTO) or by mutual agreement between the countries.

Health Tourism: The international definition of health tourism indicates that this is [1] "the process in which a person temporarily moves out of their place of residence with the primary objective of health services, physical, mental and social.

Zone: Is an area defined by a country that enjoys some tax benefits, as the exception from paying import duties on goods from certain taxes or regulation thereof.

Contenido

	Pág.
Lista de figuras.....	- 1 -
Lista de tablas	- 1 -
Lista de figuras.....	- 1 -II
Lista de Símbolos y abreviaturas.....	- 1 -II
Introducción.....	- 1 -
1. Formulación del Proyecto.....	2
1.1 Antecedentes	2
1.1.1 Estado del Arte	2
1.2 Planteamiento del problema	6
1.3 Justificación.....	7
1.4 Objetivos	10
1.4.1 Objetivo general	10
1.4.2 Objetivos específicos.....	10
1.5 Marco metodológico	11
1.5.1 Método	1- 1 -
1.5.2 Metodología	12
1.6 Alcances	14
2. Ejecución del Proyecto	15
3. Hallazgos	61
4. Conclusiones.....	64
Referencias bibliográficas	66
ANEXOS	69
A. Anexo: Turismo de Salud	69
B. Anexo: Su destino de Salud	72

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1: Temas abordados en la negociación.....	16
Figura 2: Temas abordados en la negociación.....	34
Figura 3: Tipos de Procedimientos realizados en Colombia.....	34
Figura 4: Principales Clínicas prestadores de Servicios de Salud en Colombia.....	39
Figura 5: Principales Ciudades en las que se encuentran las instituciones prestadoras de Servicios de Salud.....	49

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1: Beneficios TLC Colombia – Canadá.....	17
Tabla 2: Características del Bloque Geográfico.....	19
Tabla 3: Características del Bloque Geográfico (2).....	19
Tabla 4: Descripción del mercado canadiense.....	21
Tabla 5: Indicadores económicos Canadá.....	24
Tabla 6: Indicadores sociales Canadá.....	25
Tabla 7: Consumidores Canadienses.....	28
Tabla 8: Exportaciones Colombia-Canadá.....	30
Tabla 9: Productos de preferencia canadiense / Destino en Colombia.....	33
Tabla 10: Ejemplos de Costos de Procedimientos Médicos.....	52

Lista de Graficas

Gráfica 1:	Mapa de Canadá.....	20
Gráfica 2:	Importaciones Totales de Canadá.....	28
Gráfica 3:	Balanza comercial Colombia-Canadá.....	29
Gráfica 4:	Viajeros Canadienses a Colombia.....	31
Gráfica 5:	En Colombia el turismo de la Salud.....	36
Gráfico 6:	Gasto en salud en porcentaje del PIB / Porcentaje del gasto publico total en salud.....	38
Gráfico 7:	Destino de los Turistas de Salud.....	50
Gráfico 8:	Principales países competencia directa de Colombia.....	51

LISTA DE SÍMBOLOS Y ABREVIATURAS

Lista de símbolos

US\$: Indica el símbolo de la moneda Dólares

Km2: Indica kilómetros cuadrados.

≥: Indica mayor o igual a.

\$: Indica símbolo de la moneda del peso colombiano.

Lista de abreviaturas

TLC: Indica Tratado de Libre Comercio

OMS: Indica Organización Mundial de Salud

PIB: Indica Producto Interno Bruto

JCI: Indica Joint Commission International

ACTUS: Indica Asociación Colombiana de turismo de Salud

PTP: Indica Programa de Transformación Productiva

ANDI: Asociación Nacional de empresario de Colombia

OMT: Organización Mundial del Turismo

INTRODUCCIÓN

El comercio es cada vez es más globalizado y competitivo, muchas instituciones públicas y privadas han enfocado sus esfuerzos durante muchos años al desarrollo de la ampliación de su portafolio de servicios de salud exportables, con una mirada a atraer los mercados y pacientes internacionales, donde los altos costos de los procedimientos se hacen inasequibles para un gran número de población; lo cual genera la necesidad de crear estrategias viables para las instituciones prestadoras de servicios de salud para aumentar la participación en el mercado mundial y que mejor que participar con sectores Colombianos tan bien preparados como lo es el sector de servicios de salud. Es por esta razón que nace este proyecto, el cual busca de exponer a las empresas prestadoras de servicios de salud todos los beneficios que se adquieren exportando sus servicios a países como Canadá, con el cual contamos con un tratado vigente.

El presente trabajo, se encuentra dividido en varias etapas. En la primera etapa se llevara a cabo la formulación del proyecto que se basara en identificar los beneficios que brinda el actual tratado de libre comercio que entro en vigencia el pasado 15 de Agosto de 2.011 entre Colombia y Canadá al turismo de salud, analizar la situación actual del mercado e identificar los aspectos del tratado que están vinculados de manera directa e indirecta con el turismo de salud y así evaluar la viabilidad del proyecto con respecto a las fortalezas, debilidades y oportunidades que posee Colombia en este rubro de los servicios.

En la segunda etapa se llevará a cabo la ejecución del proyecto que se fundamenta en el planteamiento de estrategias para atraer personas de Canadá que requieran procedimientos curativos, preventivos, estéticos y de bienestar, aprovechando los beneficios identificados anteriormente que ofrece el tratado para el sector, de ahí nace la necesidad de validar la importancia de este sector para brindarle el apoyo a las instituciones para promover las exportaciones de servicios de salud a Canadá.

FORMULACIÓN DEL PROYECTO

1.1 Antecedentes

“El turismo de salud en Colombia” es un estudio realizado por Teófilo José Arteta que nos da un panorama de cómo está fomentado el turismo de la salud en general, como está Colombia actualmente en este rubro de la economía como por ejemplo el número de turistas, procedimientos, posibilidad de negocio, calidad de los servicios de salud y sus profesionales, como está en el proceso de acreditación internacional del Turismo de Salud, entre otros; nos permite entender y tener un punto de partida de cómo empezar a analizar los impactos del tratado de libre comercio que existe entre Colombia y Canadá en el turismo de salud, determinarlos y evaluarlos, para posteriormente crear estrategias para atraer el posible mercado objetivo, el canadiense.

1.1.1. Estado del Arte

“Turismo de salud en Colombia: Preparándose para ser de clase mundial”, fuente artículo de Proexport Colombia, del Señor Luis Guillermo Plata, él menciona que el turismo de salud es un sector que va en aumento, muchas personas viajan desde otros países para someterse a tratamientos médicos y al mismo tiempo a conocer sitios turísticos de los países a los cuales viajan, debido a esto muchas clínicas e instituciones en el país están en proceso de acreditación internacional para la apta atención del turista. Resalta la calidad de los profesionales y la medicina del país, adicionándole el atractivo turístico que se posee en Colombia y los costos tan competitivos que se ofrecen para el mercado extranjero. El Señor Guillermo Plata califica el turismo en Colombia de talla internacional y que será fundamental para la economía del país. La visita de turistas va en crecimiento y las cirugías o procedimientos más realizados son liposucción, rinoplastia y mamoplastia. Aclara que ante dicho avance y expectativas se espera que las instituciones consigan su acreditación internacional ante la JCI (Joint Commission International) y que desarrollen paquetes que incluyan tratamientos médicos, hospedaje, alimentación y recorridos turísticos.

“Exportaciones de Servicios de Salud”, fuente artículo ANDI (Asociación Nacional de Empresarios de Colombia); 2007. Se dice en este artículo que el Gobierno Colombiano y el sector Privado están creando estrategias para desarrollar una política competitiva a largo plazo, Refiriéndose al desarrollo de nuevos sectores competitivos en el país, para convertir a Colombia en un país con una calidad de vida mejor con ingresos mayores dejándolos calificados en medios para el 2032. El programa de Transformación Productiva y el Sector Privado liderado por la ANDI, busca desarrollar un plan de Negocios para el turismo de la salud definiendo o focalizándose en el fortalecimiento y promoción de la industria, infraestructura, marco Normativo y desarrollo del Capital Humano; ya que son la base fundamental del turismo de la salud, porque son los encargados de la mano de obra por decirlo de alguna manera; de allí depende la reputación de la calidad de los procedimientos realizados en Colombia. Se busca con todo lo anterior derribar las pocas barreras que se tienen para el turismo de salud en Colombia sea catalogado de clase mundial, se busca dar un vuelco al concepto de turismo de salud por medio la preparación e implementación de elementos que lleven al total éxito de este sector que ya marca su lugar en la economía del país y potencializar el perfil exportador del sector.

“Turismo de Salud”, revista Dinero.com, 2010. “Gracias a los avances que ha tenido en su historia, el sector de la salud se está convirtiendo en una posibilidad de desarrollo para el avance económico”, la revista Dinero habla en este artículo en especial de los logros y avances que ha tenido Colombia en el Turismo de Salud, sobre todo de los reconocimientos internacionales que se han obtenido con procedimientos médicos complejos, como por ejemplo trasplantes, cirugía refractiva, tratamientos cardiológicos y de cáncer, también se menciona el desarrollo médico enfocados en elementos de gran ayuda para la medicina como la válvula de Hakim. Algunas instituciones en Colombia ya se han venido acreditando internacionalmente como la Fundación Santafé de Bogotá y la fundación Cardiovascular de Bucaramanga y que el turismo de salud se dice en el artículo que aportó al país en el 2009 US\$ 126 millones.

Aunque el turismo de la Salud es potencialmente bueno para Colombia también hay unos aspectos muy importantes a mejorar y rápidamente, como por ejemplo en que no toda su institución prestadora de este servicio no está acreditada internacionalmente, falta infraestructura y el personal especializado no es en su totalidad bilingüe.

Según un estudio de la firma consultora Mckinsey, Colombia obtuvo un puntaje de 6, en un rango de 1 a 10 siendo el 10 el peor, por todo lo mencionado anteriormente. Sin embargo, hay otros aspectos que equilibran y le bajan el puntaje a Colombia, mencionando precios son demasiado competitivos con respecto a su competencia, ya que son procedimientos y tratamientos médicos que oscilan con un costo entre el 25% y el 40% del valor que en Estados Unidos y México, adicionándoles la preparación de los profesionales altamente calificados para cualquier tipo de procedimiento a realizar y los tiempos de respuesta son unos de los más rápidos con sistemas de cobertura universal como Canadá, siendo Canadá foco de un mercado potencial.

Colombia cuenta con siete zonas francas de salud, 25 instituciones avanzadas en la atención de clientes internacionales, la primera con inversiones mayores a \$ 400.000 millones y las segundas con \$ 600.000 millones a corto plazo. Con la promoción y creación de estrategias por parte del Gobierno Nacional y las Alcaldías Locales principalmente Medellín con la creación de Clúster de Medicina y odontología, se busca ubicar a Colombia con un turismo de Salud de talla mundial, superando barreras como el lenguaje, mayor inversión, alianzas con instituciones internacionales y alianzas entre el sector privado y público. Se espera que para finales de 2012 el turismo de la salud deje para el país US\$ 270 millones y para el 2019 ascienda a US\$ 800 millones.

A continuación que traerán a colación algunas definiciones o conceptualización que llevaran al lector de este trabajo a entender el foco o el tema principal en el cual se desarrolló.

Turismo de Salud: “son las actividades turísticas derivadas de la utilización de medios y servicios para fines médicos, terapéuticos y estéticos, estos medios y servicios se caracterizan por la prestación de servicios ofertados en equipamientos del área de la salud (sanatorios, clínicas médicas, etc.), en equipamientos de turismo (balnearios, *spa*, etc.) y también por condiciones y elementos con propiedades conocidas como terapéuticas (clima, agua, tierra, aire). La motivación ocurre por la necesidad de bienestar físico y psíquico”. **Fuente:**(Turismo, Brasil el Ministerio do Turismo, El turismo de salud y el uso terapéutico del agua).

Según el Autor el turismo de salud es el uso de servicios tanto médicos como turísticos que tienen un principal objetivo que el bienestar físico y psíquico, basados en servicios ofertados en clínicas y centros de salud especializados para este tipo de servicio, buscando un conjunto turístico y condiciones basados en elementos como tierra, clima agua y aire del sitio o lugar donde decidirán tomar el Turismo de salud.

Turismo: es “toda actividad de individuos que viajan y permanece en lugares fuera de su ámbito de residencia por motivos de ocio, negocios u otros propósitos por más de 24 horas, pero menos de 1 año”. **Fuente:** (La Organización Mundial de Turismo, Turismo de Salud)

Según el autor son todos los habitantes del mundo que viajen a un sitio diferente de su residencia y permanezcan más de 24 horas en aquel lugar con fines de descanso, ocio, negocios, diversión, entre otras.

Salud: “Estado de completo bienestar físico, mental y social y no solamente la ausencia de enfermedad. Es el logro del máximo nivel de bienestar físico, mental y social y de la capacidad de funcionamiento que permiten los factores sociales en las que viven inmersos el individuo y la colectividad.” Fuente. (Organización Mundial de la Salud (OMS))

Disciplinas Relacionadas con el turismo de la Salud: “Quiropráctica, Fisioterapia, Dermatología, Hidroterapia, Nutrición” (Fuente: Turismo de Salud, Monografias.com)

Las organizaciones más influyentes en internacionalmente en el Turismo de la Salud son dos:

Organización Mundial de Salud (OMS) y Organización mundial del Turismo (OMT): regulan las cuestiones sanitarias relacionadas con los viajes y el turismo. “ha establecido criterios y directrices sobre la calidad del agua potable y el agua para fines recreativos, el servicio de alimentos en los aviones y para la publicación de textos como la guía de saneamiento en establecimientos turísticos y la guía para la salud y la salubridad”. (Fuente: Turismo de Salud, Monografias.com)

1.2 Planteamiento del problema

El turismo de salud es un sector de talla mundial; pero en Colombia hasta ahora ha sido poco incentivado, explorado y poco tratado. El sector en Colombia es aún incipiente, solo el 2.2% de los turistas que visitan al país son turistas de salud. El estudio busca identificar cuáles son las falencias y los beneficios que tiene este sector en Colombia a través del tratado de libre comercio con Canadá; ya que este es uno de los principales países importadores de este servicio y Colombia cuenta con alto potencial en el área; que quizá no se ha venido desarrollando por falta de incentivos, para lo cual el Gobierno nacional ha venido trabajando arduamente, y hasta hoy 2012 ha tenido pasos agigantados para el crecimiento del sector y de la economía nacional, aunque todavía requiere de mucho trabajo.

En lo que se debe trabajar o implementar es en la ciencia, tecnología e innovación y el crecimiento de la inversión en Colombia para el Sector. Es ahí donde este tratado de libre comercio con Canadá se puede implementar en el Turismo de Salud para lograr los objetivos propuestos en este trabajo. El problema en si es que Colombia no ha fijado principalmente su mirada al mercado tan potencialmente bueno como lo es Canadá, por medio de esta investigación se buscara dar a conocer todos los beneficios del Tratado de libre comercio, las características del mercado y creación de estrategias para solucionar los problemas de mercado en Colombia, es muy importante focalizar mercados especialmente con país que Colombia tenga Tratados de libre comercio o Acuerdos de Cooperación económica. Lo que también dará paso a la solución del problema de crecimiento del sector para Catalogarse de talla mundial.

1.3 Justificación

El trabajo entrará a investigar el mercado objetivo que es Canadá porque este es uno de los principales importadores de servicios de salud después de Estados Unidos y además cuenta con un tratado comercial con Colombia; el estudio se focalizará en evaluar como el tratado de libre comercio nos puede beneficiar en este rubro del turismo. Identificar las ventajas y desventajas que puede tener, y como podría incentivar este tratado al desarrollo del sector para el país.

Según el plan sectorial “Colombia tiene hoy la oportunidad de desarrollar su sector de Turismo de Salud y generar al menos al menos US\$ 6.3 Mil Millones¹ en ingresos, multiplicando el sector 50 veces y atrayendo al menos 2.8 Millones de turistas en el año 2032, multiplicando 55.62 veces el número de turistas de salud que visitan al País”.

Éste escenario de crecimiento corresponde a la aspiración del sector de alcanzar la participación de mercado de países de talla mundial como Malasia y México, alcanzando una tasa de crecimiento del 17% anual.

Este estudio servirá de guía para demostrar que Colombia puede llegar a ser uno de los países potenciales en el tema, ya que el turismo de salud en Colombia se ha considerado “de talla mundial “y en Colombia se cuenta con un alto potencial en servicios de salud, visto desde los países competencia y posibles turistas consumidores. Desarrollaremos estrategias para conseguir un beneficio mutuo haciendo uso del tratado, identificando las barreras que impiden su desarrollo como por ejemplo las leyes que se interponen para el libre comercio, abriendo más facilidades para que los turistas que deseen hacerse tratamientos ya sean médicos o estéticos encuentren en Colombia una vía de facilidad y de beneficios, también por medio de este tratado comercial se podrá tecnificar más nuestros procesos, mejorar la infraestructura de las diferentes clínicas, hoteles, spa, entre otros; acogernos más a las normas internacionales logrando ser un mercado altamente potencial y atractivo.

Para alcanzar esta aspiración de crecimiento, Colombia debe comprometerse con un programa sectorial de largo plazo que le permita desarrollar nuevas habilidades y eliminar barreras que actualmente comprometen la competitividad del sector. Lograr la transformación sectorial no sólo implica implantar una serie de iniciativas que se han identificado, sino, en especial, regirse por el proceso de seguimiento a la implantación que ha sido diseñado y que permitirá garantizar las metas planteadas.

Este estudio se orientará principalmente en el acuerdo de libre comercio entre Colombia y Canadá ya que los estudios previos a cerca del tema demuestran que un gran número de personas importadoras de este servicio provienen de este país; el análisis de los impactos de este tratado permitirá crear estrategias para que Colombia sea el principal mercado objetivo para los turistas en el tema de la salud ya sea estética o médica.

Los beneficios que traerá esta investigación acerca del turismo de Salud para las empresas y la región es que tendrían un punto de partida y un base para detectar posibles y potenciales clientes, también le aportaría un estudio acerca de que beneficios traer el tratado de Colombia – Canadá a este rubro de la economía, sabrían que beneficios tendrían para llegar con mayor fuerza y potencial al mercado objetivo, además el Turismo de Salud le traería a las empresas desarrollo, claro está a las empresas ubicadas en este sector y para empresas que desean incursionar en el campo.

Justificación Teórica

A través de esta investigación se podrá realizar un estudio de cómo actualmente está Colombia en el Turismo de la Salud y se mostrara que es un sector poco explorado, por ello es muy importante tener en cuenta nuevas oportunidades y creación de estrategias para explorar al máximo este potencial que tiene Colombia en el turismo de la salud y especialmente con Canadá. Para lograr un desarrollo del Sector es importante la creación o modificación del plan Sectorial a largo plazo, que permita el desarrollo más profundo de este tipo de turismo aprovechando al máximo la buena imagen de Colombia en el mundo y la calidad de la medicina quirúrgica, curativa y médica.

Justificación Social

A través del estudio de los beneficios del tratado del libre comercio entre Canadá y Colombia en el turismo de la salud se ayudara a las empresa o futuros empresarios a desarrollar nuevas fuentes de trabajo, a la nueva creación de empresa aportando al desarrollo de este sector que es potencialmente bueno e importante para la economía nacional, también el entorno como tal se beneficiaría porque aportaría al desarrollo del país, aumentaría el empleo y economía crecería, con la creación e implementación de estrategias claras que atraigan al mercado canadiense.

Justificación Personal

Dado el poco desarrollo que tiene en este momento el turismo de la salud en Colombia se quiso profundizar en este sector porque es muy interesante y su profundización aportaría al total desarrollo del país, se buscó un mercado donde Colombia tuviera Acuerdo para crear un producto más competitivo y el mercado canadiense el potencialmente amplio y atractivo, valorando también el tipo de medicina y turismo de alta calidad que ofrece Colombia, además es un reto ofrecerle un servicio que incluso ha sido catalogado de talla internacional a un mercado tan exigente y sofisticado.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Analizar los beneficios del tratado de libre comercio que existe entre Colombia y Canadá en el turismo de salud

1.4.2 Objetivos específicos

- Identificar los beneficios del tratado de libre comercio entre Colombia y Canadá
- Determinar los aspectos del tratado que influyen en el turismo de la Salud
- Evaluar los beneficios que tiene el tratado dentro del turismo de la Salud
- Plantear estrategias para atraer a las personas que requieran realizarse algún tratamiento médico.

1.5 Marco metodológico

Dentro de los servicios que tendrán apertura arancelaria con la firma del tratado de libre comercio entre Colombia y Canadá se encuentra el turismo de salud; es ahí donde Colombia en este sector entraría a aprovechar las ventajas internas que posee en el sector y las oportunidades externas que se le presentan con esta firma, ya que muchos de los turistas de salud que han ingresado en los últimos años a Colombia han sido provenientes de Canadá.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente Colombia tendría una ventaja en cuanto a precios con respecto a los demás países que prestan este mismo servicio, ya que al tener aranceles más bajos podrá ofrecer los servicios a un menor costo y los turistas preferirían viajar a Colombia.

1.5.1 Método

Canadá es un mercado de interés debido a que puede dinamizar y fortalecer las diferentes actividades de la economía colombiana, al tiempo que ofrece oportunidades adicionales en materia laboral, tecnológica y de intercambio de Conocimiento.

Siendo Canadá uno de los principales importadores del mundo, la mayor integración con este país, le permitirá a Colombia tener acceso preferencial a un mercado de 34 millones de consumidores con alto nivel de Ingresos.

En general el mercado de Canadá ofrece amplias oportunidades a los exportadores colombianos que contribuirán a aumentar el crecimiento potencial de la economía colombiana y a generar mayor desarrollo.

En lo que compete al turismo de salud, Colombia es un país denominado de talla mundial en este sector; Canadá presenta una alta demanda de importaciones de este servicio ya que en su país no cuenta con oferta suficiente, ni con la infraestructura, ni con el potencial y además es muy costoso todo el tratamiento relacionado con la medicina y la salud.

Por lo tanto, este país se ve obligado a buscar estos servicios en otros países que, si cuentan con las características que ellos no poseen y que mejor país que Colombia, país con el cual cuentan con un tratado de libre comercio que los beneficiaría a Ambos Países.

1.5.2 Metodología

Colombia para lograr beneficiarse del tratado de libre comercio firmado con Canadá y poder seguir llegando con el turismo de salud a este país deberá implementar las siguientes estrategias o medios desarrollados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo desde al año 2009.

- **Postura estratégica clara:**
 - Definición de portafolio de productos y servicios clara y orientada a segmentos objetivos.
- **Calidad igual o superior a país de origen del turista de Salud:**
 - Acreditación y certificación internacional de competencia
 - Estadísticas sobre servicios de Salud.
- **Infraestructura suficiente y de clase Mundial:**
 - Infraestructura hospitalaria suficiente para atender volumen de pacientes
 - Infraestructura de bienestar de clase Mundial.
- **Costos bajos:**
 - Costos competitivos frente a mercados objetivo.
 - Investigación para innovación en procedimientos que permita mantener ventaja competitiva en Costos.
- **Recurso Humano.**
 - Recurso humano Bilingüe.
 - Capacidades en oferta de servicios de bienestar.
- **Accesibilidad:**
 - Facilidad de ingreso de turistas de salud al país.

FUENTE: Primer y segundo comité sectorial; Análisis equipo de Trabajo.

En el 2032 Colombia será reconocida como uno de los líderes mundiales en Turismo de salud, generando al menos ingresos por \$6mil millones de dólares, con base en una propuesta de valor de costos competitivos, alta calidad e innovación en la prestación de Servicios.

Para lograr esta meta, Colombia:

- Ofrecerá un portafolio de servicios innovadores con alta Calidad.
- Contará con infraestructura hotelera y hospitalaria suficiente de estándares Mundiales.
- Habrá desarrollado estrategia de promoción internacional para el turismo de Salud.
- Tendrá un sector de Turismo de Salud Consolidado.

El crecimiento de la economía en Colombia en los últimos años se ha visto influenciada por este sector lo cual hace la creación de proyectos y estrategias por parte del gobierno para el apoyo a sectores como este que demuestran un alto crecimiento.

Recolección de información Secundaria: Se realizará una investigación inicialmente en internet y documentos, para conocer el TLC firmado entre Colombia y Canadá, enfatizando primordialmente en toda la información referente a los beneficios que traerá dicho tratado a las entidades prestadoras de servicios de salud. Después de analizar la información suministrada por el tratado se investigará las empresas o entidades prestadoras de servicios de salud en Colombia, para conocer qué servicios prestan, sus fortalezas y debilidades e incentivarlas e exportar sus servicios y a beneficiarse del actual TLC.

1.6 Alcances

El proyecto tiene un alcance en el tiempo inicialmente de 4 meses contados a partir de enero de 2.012; para la recolección y análisis de la información encontrada sobre el TLC entre Colombia y Canadá, específicamente todo lo relacionado con los beneficios que este brindaría a los servicios de salud.

Finalmente se tomarían otros 4 meses para el planteamiento de estrategias para aquellas empresas prestadoras de servicios que estén interesadas en beneficiarse del TLC.

Para la entrega final del proyecto se tomaría un total de 8 meses para su realización.

Este proyecto se realiza con el fin de identificar los beneficios que traerá el Tratado de Libre Comercio firmado entre Colombia y Canadá a todas aquellas empresas prestadora de servicios de salud que estén interesadas en exportarlos a este país; el estudio se fundamenta en información recolectada a través de sitios web, empresas prestadoras de servicios de salud, entidades gubernamentales, entidades que impulsan las exportaciones, periódicos, revistas. Etc.

EJECUCIÓN DEL PROYECTO

TRATADO DE LIBRE COMERCIO CANADA COLOMBIA

El 15 de agosto de 2011 entro en vigencia el tratado de libre comercio Canadá – Colombia, el 98% de los productos y servicios ofrecidos ingresan con cero aranceles a la décima economía del Mundo Canadá, este país es un gran potencial para Colombia, ya que son 34 millones de consumidores con un alto poder adquisitivo, los cual nos da una ventaja y oportunidad de poder difundir cualquier tipo de producto o servicio.

Las empresas Colombianas tienen una ardua tarea con el mercado canadiense, porque es un país altamente desarrollado y tienen unas pautas bien definidas para al momento de negociar, adicionalmente buscan productos que protejan el medio ambiente y en principio son amigos del comercio justo limpio, sin ningún tipo de trucos o engaños, por ello los empresarios colombianos tienen un gran desafío, enfrentar y saber llegar a este tipo de mercado, siempre buscando impactar al canadiense con productos o servicios más sofisticados que atraigan altamente e inciten a gastar en los productos Colombianos.

Es muy importante tener en cuenta que Canadá es uno de los países más ricos del mundo, es la quinta Nación con más importaciones en el mundo, superando a Estados Unidos en sus importaciones per cápita. Adicional a esto ocupa el lugar 11 en el Ranking de flujos de inversión en el extranjero, lo cual abre una posibilidad muy amplia para abrir la economía colombiana y crear más empresa, lo que se tiene que hacer es tener muy buenos proyectos para que los inversionistas canadienses no duden ni un segundo en invertir en Colombia. Adicionalmente es miembro de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico, Colombia tiene que estar muy atenta porque este TLC puede dinamizar la economía muy positivamente y promover más el desarrollo en todos los rubros del país.

Exportar Servicios como el Turismo de Salud es un gran potencial y se tiene muy amplio margen de mercado canadiense, ya que el principal fundamento de la economía canadiense son los servicios con un 78%, la industria con un 20% y la agricultura 2%.

OBJETIVO DEL TLC ENTRE COLOMBIA Y CANADA.

El objetivo del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Colombia y Canadá es principalmente eliminar las barreras o restricciones al comercio entre los dos países, espacio libre de obstáculos se desea que contribuya al desarrollo y crecimiento económico de ambas naciones, El acuerdo contempla tanto la liberación de barreras para los bienes como para los servicios, especialmente el compromiso para estos últimos, también involucra la eliminación de tantas restricciones en el tránsito de personas, normalización técnica, compras del Estado, importantísimo la cooperación ambiental y los derechos laborales. En este TLC se enfatizó mucho el trazo de igualdades entre las dos naciones, la transparencia y en el respeto de los principios de trato nacional.

Figura 1: Temas abordados en la negociación



Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo , 2012)

En la siguiente tabla se evaluarán todos y cada uno de los beneficios que brinda el Tratado de Libre Comercio entre Canadá y Colombia para el turismo de salud, según la siguiente calificación:

Más importante: 4

Menos Importante: 3

Más influyente: 2

Menos Influyente: 1

Tabla 1: Beneficios TLC Colombia – Canadá.

BENEFICIOS TLC COLOMBIA CANADA		
	BENEFICIOS	CALIFICACION
A	Ingreso a Canadá desde Colombia Sector servicios con 0% arancel.	4
B	Inversión extranjera Canadiense en la Sector servicios hacia Colombia	2
C	Capacitación Laboral y técnica	1
D	Mercado sin barreras	4
E	Oportunidades de Negocios y expansión de mercado	4
F	El sector de servicios tendrá posibilidad: dispositivos móviles; programas de educación, entrenamiento, simulaciones médicas, aplicaciones de negocios, e-learning y web marketing, y ampliará la lista los servicios de consultoría, telemedicina, call center, entre otras.	1
G	Relación con nuevos clientes	4
H	Crecimiento del sector servicios en especial el Turismo de Salud	3
I	Garantías y procedimientos en la prestación de servicios de Turismo de Salud, con los más exigentes parámetros a evaluar como calidad, profesionalismo, imagen, servicio, variedad del producto/servicio, entre otros.	4
J	Portafolio amplio y adecuado a las necesidades de cada consumidor, en todo lo que involucra al turismo y a la salud, tanto independientes como en conjunto.	2
K	Servicios complementarios en la adecuación de la recuperación de la persona; una vez realizado el procedimiento médico o quirúrgico, ósea servicios complementarios en la parte postquirúrgica del cliente.	4

26

Los beneficios valorados o calificados en 4, son muy importantes porque son los de mayor transcendencia y mejor que los demás aspectos o beneficios, ya que por medio de estos se desarrolla potencialmente el servicio. Por ejemplo, el beneficio A. Es muy

importante porque de ello depende el arancel que el precio llegue al mercado competitivo. Un mercado sin barreras es muy relevante porque de esta manera se puede ejercer libremente sin tener restricciones, de esta manera el servicio se profundizaría más en el mercado y el consumidor los conocería mejor, expansión y una mayor rentabilidad, a mayor clientes mayor rentabilidad y expansión del sector. Los beneficios I y K tienen demasiada relevancia e importancia porque por medio del TLC se le brinda confiabilidad, por las facilidades mayores garantías en sus procedimientos y sitios turísticos y servicios adicionales por el costo y facilidades de ingreso.

Los beneficios calificados en 3 no es que no tengan importancia, relevancia o trascendencia, sino que primero se destacan los otros beneficios y se desarrollan con más rapidez para dar paso al crecimiento del sector en el país, logrando o destacando todos los anteriores beneficios de calificación 4, se dará por añadidura el auge del sector, que adicionalmente es de mayor importancia para Colombia que para el canadiense, aunque más adelante aporte y atraiga más clientes.

La calificación 2 da por entendido el poder de persuasión o de persuadir al consumidor canadiense, que destacando las cualidades y lo que se le brinda del sector en Colombia, dará paso a la inversión y por ende a la capacitación de las personas, actualmente el país está altamente calificado a nivel internacional por sus conocimientos y calidad en sus procedimientos, por ello inicialmente se explotarían los otros beneficios como el J para atraer al posible cliente y una vez se tenga el mercado se refuerza por decirlo de alguna manera la integridad profesional.

Tabla 2: Características del Bloque Geográfico

Ítem	CANADÁ	ESTADOS UNIDOS	MÉXICO
Población	33 millones (Puesto 36)	307 millones (Puesto 3)	111 millones (Puesto 11)
Idioma	Inglés (59%) / Francés (21%)	Inglés (82%) / Español (10%)	Español
Ciudades Principales	Toronto, Montreal, Vancouver, Quebec	New York, Chicago, Atlanta, Miami, Houston, Los Ángeles	México DF, Guadalajara, Monterrey, Puebla
Conectividad	4 frecuencia semanales	217 frecuencias semanales	35 frecuencias semanales
Comunidad de Colombianos	60.000 oficiales	500.000 oficiales 2.000.000 no oficiales	50.000 no oficial

Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo , 2012)

Tabla 3: Características del Bloque Geográfico (2)

Ítem	CANADÁ	ESTADOS UNIDOS	MÉXICO
Emisión 2009	26 millones 78% de la población	60 millones 20% de la población	14 millones 12% de la población
Destinos en el mundo	1. Estados Unidos 2. México	1. México 2. Canadá	1. Estados Unidos 2. Canadá
Destinos en Latinoamérica	1. México 2. Cuba 3. República Dominicana 4. Jamaica 5. Costa Rica 11. Colombia	1. México 2. Jamaica 3. República Dominicana 4. Costa Rica 5. Brasil 9. Colombia	1. Guatemala 2. Brasil 3. Cuba 4. Costa Rica 5. Colombia
Viajeros a Colombia 2009	Numero 12/ 28,157	Numero 1/ 311,931	Numero 7/ 57,480
Crecimiento viajeros 2010	15,8 %	6,1 %	18,6 %
Destinos en Colombia	1. Bogota 48,3% 2. San Andres 15,9% 3. Medellín 10,4% 4. Cartagena 9,2% 5. Cali 5 %	1. Bogota 47,6% 2. Medellín 16,5% 3. Cali 10,3% 4. Cartagena 10,3% 5. Barranquilla 5,3%	1. Bogota 64,8% 2. Medellín 10,7% 3. Cartagena 9,0% 4. Cali 6 % 5. Barranquilla 2,1%

Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo , 2012)

Las anteriores gráficas, características del bloque geográfico, entregan un perfil completo y muy amplio de las características generales de América del Norte, estos tres países son potencialmente buenos para el mercado del turismo de salud, aunque Canadá posee unos porcentajes en general inferiores en los ítems evaluados, se tiene por ejemplo en destinos a Colombia una proporción en general mayor a los de los otros países, adicionándole que de los tres fue el primer país que abrió sus puertas a Colombia con un TLC único entre los dos paises, abriendo más posibilidades de acceso al mercado, conociéndose más por el tiempo en vigencia del TLC, ingresos de los habitantes menos restringidos y con costos inferiores en el momento de entrega del producto al cliente. Aunque Estados Unidos y México pueden ser relativamente mercados más amplio al mismo suelen ser más complejos, adicionándole que estos dos países son competencia directa en el turismo de salud de Colombia, lo que restringe un poco el ingreso de Colombia al mercado mexicano y estadounidense.

PERFIL DEL MERCADO CANADA

Grafica 1: Mapa Canadá.



Fuente: (Araujo Ibarra)

Canadá en el séptimo país del mundo en fundamentar y basar su economía en los servicios de Turismo, Se Calcula que para el primer semestre de cada año salgan para Colombia aproximadamente 17.758 pasajeros, de 2009 a 2010 se tuvo un crecimiento de 15.8%. Los meses en los que el canadiense viaja más es entre noviembre y marzo por temporada de invierno en Canadá. El turista canadiense prefiere la calidad que el precio.

Debido al incremento de los viajes turísticos de los canadienses se crearon nuevas rutas aéreas para la disponibilidad de viajes, las nuevas son Montreal – Cartagena, Calgary – Cartagena y Montreal – Bogotá. Los viajes más apetecidos por los canadienses es Ecoturismo en parque nacionales, turismo de aventura a nivel de cultura urbana y rural, el turismo social, en potenciar el turismo de salud, los canadienses que caracterizan por ser leales y si los sitios son de su preferencia pueden volver hasta 5 veces consecutivas.

Tabla 4: Descripción del mercado canadiense

	CANADA
Mercado Maduro	
Mercado Nuevo	X
Conocimiento del destino	
Alto índice de viaje	X
Paquetes Armados	X
Uso internet para compra	X
Viajes en Grupos	X
Destino Cultural	X
Multidestinos	X
Turismo Etnico	

Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo , 2012)

Según el cuadro anterior muestra que Canadá es un mercado potencialmente nuevo, con un índice de viaje alto y con prelación hacia Colombia, buscan especialmente paquetes armados, este mercado objetivo busca principalmente por internet las ofertas turísticas para la compra, no les gusta viajar solos sino en grupo, son multidestinos, pero en especial buscan destinos culturales.

Esta tabla nos da indicios que Canadá es potencialmente alto para difundir el turismo de Salud y de allí tener gran beneficio, económico, social, de imagen ante el mundo y principalmente potencializar este mercado objetivo.

DESCRIPCION DEL MERCADO DE CANADA:**Situación geográfica:**

“Canadá se encuentra en el hemisferio norte de América. Limita al norte con el Océano Ártico, que la separa de Groenlandia; al sur con los Estados Unidos; al este con el Océano Atlántico y al Oeste con Alaska y el Océano Pacífico. Canadá incluye además del territorio en el continente un gran número de islas, que forman el Archipiélago Ártico. La costa de Canadá es extremadamente irregular, con grandes bahías y penínsulas. Canadá es el país donde más lagos pueden encontrarse; tiene 31 lagos que ocupan un área de más de 1,300 kilómetros cuadrados. Posee también el sistema montañoso de los Apalaches. El Monte Robson es la mayor altura con unos 3,954 metros. Otras elevaciones importantes en la cordillera oeste de Canadá son Monte Logan, Monte San Elías, que es la montaña más alta de Canadá y la segunda de Norte América, después del Monte McKinley, Monte Lucania y King Peak Canadá se encuentra en una zona norte y muy fría. Como consecuencia, las condiciones climáticas generales son extremadamente frías en las regiones norte y temperaturas un poco más moderadas en la zona sur.

Principales ciudades

Ottawa es la capital del país y la cuarta mayor ciudad del país. Se ubica en el extremo sureste de la provincia de Ontario, a orillas del río Ottawa, que conforma la frontera entre las provincias de Ontario y Quebec. Se localiza aproximadamente a 400 kilómetros al este de Toronto y 200 kilómetros al oeste de Montreal. Otras ciudades importantes son: Edmonton, Calgary, Whitehorse, Montreal, Toronto, Hamilton, St. John y Winnipeg.

Principales puertos

Los principales puertos son: Vancouver, Montreal, Prince Rupert, Québec, Toronto, Goderich, Port Cartier, Saint John's y Sept Isles.

Reseña histórica

Mucho antes de que Colón descubriera América en 1492, hace aproximadamente veinte mil años algunas tribus prehistóricas procedentes de Asia ya habían cruzado el estrecho de Bering que separa los dos continentes. Y hacia el año 1000 d.C. los vikingos, los primeros visitantes europeos en llegar, ya habían tratado de asentarse en Terranova, al norte del país. Cuando los europeos llegaron encontraron las tribus indias canadienses,

con multitud de lenguas, costumbres, creencias religiosas, modelos comerciales, arte y artesanía, leyes y gobierno. Las luchas entre ingleses y franceses por conseguir el territorio finalizaron cuando, en 1534, el explorador francés Jacques Cartier remontó el río San Lorenzo hasta las actuales Montreal y Québec; pero no fue hasta el siglo XVII cuando se fundaron las primeras colonias.

A principios del siglo XVII el explorador francés Samuel de Champlain fundó la ciudad de Québec y en 1663 Canadá, que por entonces era hogar de unos tres mil colonos franceses, se convirtió en una provincia de Francia. Cuando los galos iniciaron el comercio de pieles, los británicos entraron en escena y crearon, en 1670, la Compañía de la Bahía de Hudson, con la intención de repartirse este negocio. Durante cierto tiempo, ambas culturas europeas convivieron en paz hasta el estallido de la Guerra de los Siete Años, que se saldó con la derrota de los franceses y con la definitiva cesión de Nueva Francia a los británicos por el tratado de París (1763).

Al término de la rebelión de las colonias británicas de América (1775-1783), unos cincuenta mil colonos norteamericanos fieles a Gran Bretaña emigraron de Estados Unidos a Canadá, lo que equilibró bastante la población francesa y británica en el país. En la guerra de 1812 entre Estados Unidos y Gran Bretaña, los norteamericanos trataron de invadir Canadá en diversas ocasiones; temerosos de perder el control sobre la colonia americana, los británicos proclamaron la ley de 1867, mediante la cual se creaba un nuevo estado, la Confederación de Canadá. En 1885, finalizaba la construcción del ferrocarril canadiense del Pacífico, uno de los grandes capítulos de la historia del país, que unía las costas oriental y occidental. En 1912, todas las provincias formaban parte del gobierno central, a excepción de Terranova, que se sumaría en 1949. Después de la I Guerra Mundial, Canadá se había convertido en una potencia internacional. Durante la segunda gran contienda, luchó una vez más junto al bando británico contra Alemania, aunque esta vez también participó en acuerdos de defensa con Estados Unidos, declarando la guerra a Japón tras el ataque a Pearl Harbor. En los años posteriores a la II Guerra Mundial se produjo una gran oleada inmigratoria, que se volvería a repetir durante los años sesenta; ciudadanos procedentes de países asiáticos, árabes, indios, italianos, hispanos y caribeños se instalaron en el país. El período de posguerra fue una época de expansión económica y prosperidad. Los festejos del centésimo aniversario en 1967 tuvieron como punto álgido la Exposición Internacional de Montreal.

A partir de 1975, el gobierno firmó una serie de acuerdos con los pueblos nativos sobre el derecho a la tierra, concediéndoles el control de vastas extensiones territoriales en la parte norte.

Los levantamientos sociales en la década de los años sesenta pusieron de manifiesto el resentimiento que Québec aún conservaba hacia la zona anglófona de Canadá. En 1976, el Partido quebequés, defensor de la independencia, venció en las elecciones provinciales.

En 1980 se celebró un referéndum sobre la soberanía en el que los separatistas fueron derrotados por un 60 % de votos. En las elecciones de octubre de 1995, los resultados fueron mucho más ajustados, y la unidad del país se mantuvo por unos escasos miles de votos.

Tabla 5: Indicadores Económicos Canadá.

Inflación anual estimada	1.6% (2010 est.)
PIB	US\$1.564 trillones (2010 est.)
PIB Tasa de crecimiento	3 % (2010 est.)
PIB per cápita	US\$39,600 (2010 est.)
PIB Composición por sector	Agricultura: 2% industria: 20% servicios: 78 % (2010 est.)
Moneda	Dólar canadiense (CAD)
Deuda pública	34% de PIB (2010 est.)
Productos agrícolas	Trigo, cebada, oleaginosas, tabaco, frutas, verduras, productos lácteos y pescado.
Productos industriales	Equipo de transporte, productos químicos, minerales procesados y sin procesar; productos alimenticios, productos de madera y papel, productos de la pesca, petróleo y gas natural.
Balance de cuenta corriente	-\$40.21 billones (2010 est.)
Exportaciones	\$406.8 billones (2010 est.)
Principales productos exportados	Vehículos de motor y partes, maquinaria industrial, aviones, equipos de telecomunicaciones, productos químicos, plásticos, fertilizantes, pasta de madera, madera, petróleo crudo, gas natural, electricidad y aluminio.
Principales destinos de las exportaciones	Estados Unidos 75.02%, Reino Unido 3.37%, China 3.09% (2009).
Importaciones	\$406.4 billones (2010 est.)
Principales productos importados	Maquinaria y equipo, vehículos de motor y sus partes, petróleo crudo, productos químicos, electricidad, bienes de consumo duradero.
Principales procedencias de las importaciones	Estados Unidos 51.1%, China 10.88%, México 4.56%(2009).
Fuerza laboral	18.59 millones (2010 est.)

Fuente: (Perfil Comercial Canadá 2011)

En la tabla anterior se describen cada uno de los indicadores económicos de Canadá, por las cifras se percibe que es un país potencialmente bueno para incursionar mercado, posee ingresos altos para los habitantes, el PIB es unos de los más altos del mundo, lo que ofrece un poder adquisitivo alto para comprar los paquetes que se ofrezcan en el mercado Colombiano del Turismo de Salud; que son relativamente más bajos que los demás países. En la composición del sector arroja datos muy interesantes ya que el 78% de su economía es el sector servicios, lo cual da una probabilidad muy grande que el Turismo de salud entre a este mercado y sea aceptado. Tiene un punto de equilibrio en su balanza comercial las importaciones y exportación están aproximadamente en una

misma cifra, y su moneda es de pago internacional es considerada una divisa en el mercado del mundo, ya que es transable para cualquier tipo de operación internacional.

Tabla 6: Indicadores Sociales.

Población	34,030,589 (julio 2011 est.)
Estructura de edad	0-14 años: 15.7% 15-64 años: 68.5% 65 años y más: 15.9% (2011 est.)
Edad media	41 años
Crecimiento poblacional	0.79% (2011 est.)
Esperanza de vida	81.19 años (2011 est.)
Grupos étnicos	Originarios de las Islas Británicas 28%, de origen francés 23%, de otros países europeos 15%, amerindios 2%, otros, sobre todo asiáticos, africanos, árabes 6%, de antecedentes mixtos 26%.
Religiones	Católica romana 42.6%, protestantes 23.3% (incluyendo la Iglesia Unida 9.5%, Anglicana 6.8%, Bautista 2.4%, Luteranos 2%) otros cristianos 4.4%, musulmanes 1.9%, otros no especificados 11.8%, ninguna 16% (Censo 2001).
Lenguas	Ingles (oficial) 58.8%, francés (oficial) 21.6%, otros 19.6%, (censo 2006)
Tasa de alfabetismo	99%
Gasto en educación	4.9% del PIB (2007)

Fuente: (Perfil Comercial Canadá 2011)

La población de Canadá es medianamente según el territorio y proporción geográfica, la tasa de crecimiento de la población es relativamente baja y lenta, pero puede ser una ventaja para el turismo de salud; por la edad media que se maneja en la población canadiense se necesita más cuidado tanto médico como estético, tratamientos, procedimientos quirúrgicos, en conclusión todo lo que involucre la medicina en general, lo cual se puede convertir en algo positivo, ya que si se ofrece un producto relativamente más económico y que los países vecinos, con facilidades de acceso y que adicionalmente se ofrece un servicio turismo puede ser de gran atracción a la potencialidad de la población canadiense, algo nuevo que probablemente llame su atención, además la esperanza de vida es alta en comparación de muchos países como Colombia. El 99% de la población es altamente capacitada, lo cual lo vuelve un mercado muy exigente, para ello Colombia ha logrado mucho prestigio en todos y cada uno de los aspectos que involucran el turismo de la Salud.

Sistema de gobierno

- Nombre oficial: Canadá
- Capital: Ottawa
- Forma de gobierno: Democracia parlamentaria, Federación y Monarquía constitucional.
- Fiesta nacional: 1 de julio 1867 (Unión de las colonias británicas norteamericanas); 11 de diciembre de 1931 (reconocido por el Estatuto de Westminster)
- Jefe de Estado: Reina Elizabeth II (desde el 6 de febrero de 1952), representada por el Gobernador general David Johnston (desde el 1 de octubre 2010)
- Primer Ministro: Joseph Harper (desde el 6 de febrero 2006)

Economía

Como una sociedad opulenta, de alta tecnología industrial en la clase del trillón de dólares, Canadá se parece a los EE.UU. en su sistema económico orientado al mercado, el patrón de producción y el afluente del nivel de vida.

Desde la Segunda Guerra Mundial, el impresionante crecimiento de la manufactura, la minería y sectores de servicios ha transformado a la nación de una economía en gran parte rural en una principalmente industrial y urbana. En 1989, Estados Unidos y Canadá firmaron el Tratado de Libre Comercio (TLC) y de 1994 Tratado de Libre Comercio (NAFTA), que incluye a México, provocó un aumento dramático en el comercio y la integración económica con los EE.UU., su principal socio comercial.

Canadá goza de un superávit comercial con los EE.UU., que absorbe alrededor de tres cuartas partes de las exportaciones canadienses al año. Canadá es el mayor proveedor extranjero de los Estados Unidos de la energía, incluyendo petróleo, gas, uranio y la energía eléctrica. Habida cuenta de sus grandes recursos naturales, mano de obra cualificada, y la planta de capital moderna, Canadá disfrutó de un crecimiento económico sólido a partir de 1993 hasta el 2007.

Golpeados por la crisis económica mundial, la economía cayó en una fuerte recesión en los últimos meses de 2008, y Ottawa registró su primer déficit fiscal en 2009 después de 12 años de superávit. Los principales bancos de Canadá, sin embargo, emergieron de la crisis financiera de 2008-09 entre los más fuertes en el mundo, debido a la tradición del sector financiero de las prácticas de préstamos conservadores y fuerte capitalización.

Durante 2010, la economía canadiense creció sólo un 3%, debido a una menor demanda global y el alto valor de dólar canadiense". **Fuente:** (Perfil Comercial Canadá 2011)

Principales productos importados y exportados por Canadá.**Importaciones:**

- Maquinaria y Equipos
- Computadores
- Vehículos y Autopartes
- Aparatos Eléctricos
- Combustibles Minerales
- Productos Farmacéuticos
- Plásticos
- Metales Preciosos
- Productos de Hierro o Acero
- Muebles
- Papel y Cartón
- Confecciones
- Cosméticos
- Alimentos

Exportaciones:

- Petróleo
- Automóviles
- Turbinas de gas
- Aparatos de Telecomunicaciones
- Oro y Diamantes
- Papel
- Aeronaves
- Aluminio en bruto
- Madera
- Cereales
- Abonos
- Carnes
- Cobre Refinado
- Productos Químicos Orgánicos

▪ **Grafica 2: Importaciones Totales de Canadá**



Fuente: (Proexport Colombia, OPORTUNIDADES COMERCIALES CANADA)

- Colombia es el socio comercial N° 47 de Canadá y el quinto en América Latina después de Perú, Brasil, Argentina y Chile. **Fuente:**(Proexport Colombia, OPORTUNIDADES COMERCIALES CANADA).

La anterior grafica nos muestra que, aunque Colombia no se encuentra en la mejor posición como socio comercial de Canadá con respecto a otros países, de 2010 a 2011 ha aumentado su participación como país de origen de las importaciones de Canadá.

Colombia cuenta con grandes oportunidades para aumentar su participación comercial en Canadá, ya que tiene un acuerdo comercial con este país que lo genera una diferencia competitiva con respecto de otros países.

CONSUMIDOR CANADIENSE:

Tabla 7: Consumidores

EDAD	PERSONAS (Millones)	% de la Población	Ingreso Promedio
Menor de 14	5.6	17	-
15-24	4.5	14	\$11,562
25-44	8.4	25	\$44,717
46-64	8.7	23	\$45,396
65+	5.5	14	\$29,660

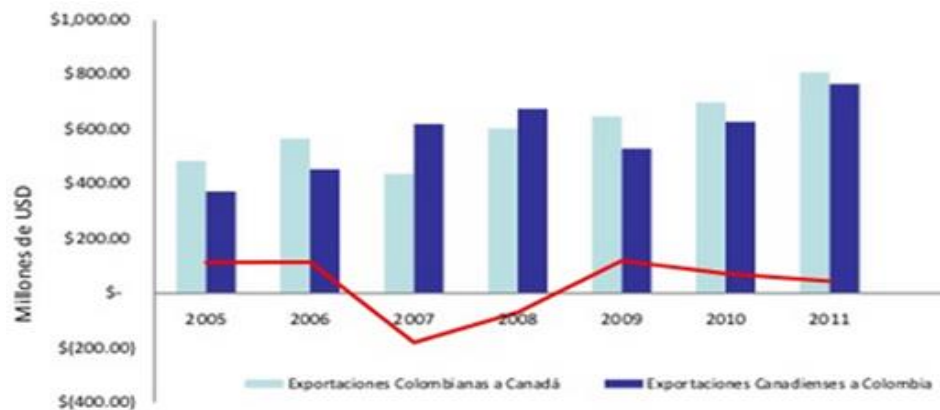
Fuente: (Proexport Colombia, OPORTUNIDADES COMERCIALES CANADA)

Se puede observar que Canadá tiene una inmensa población de la cual un gran porcentaje tienen un alto poder adquisitivo, lo cual genera una oportunidad de negocio para Colombia que cada vez está más capacitado para atender la demanda de dicho país en busca de servicios de salud.

- Cada vez más multicultural
- Informado, exigente, consciente de precios
- Altos ingresos (20% hogares \geq \$70mil)
- Población en la tercera edad: (segmento importante, en 2031, del 23%-25% \geq 65)
- Consciente de la salud y del medio ambiente
- Sensible a las causas sociales

RELACION COMERCIAL COLOMBIA-CANADA

Grafica3: Balanza comercial Colombia-Canadá



Fuente: (Proexport Colombia, OPORTUNIDADES COMERCIALES CANADA)

Tanto las exportaciones Colombia-Canadá como las de Canadá-Colombia han estado estables de 2005 a 2010, en la anterior grafica podemos observar un incremento mayor del año 2010 al año 2011, de esta información podríamos concluir que este incremento se debe al actual TLC que entro en vigencia lo cual posibilita a ambos países para aumentar sus exportaciones tanto de bienes como de servicios como se puede observar

en la siguiente grafica que nos muestra la estabilidad de la balanza en \$ a lo largo de los años analizados y sobre todo haciendo énfasis en el año 2010-2011 que presenta cifras satisfactorias para los dos países.

Tabla8: Exportaciones Colombia-Canadá

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Exportaciones Colombianas a Canadá	\$ 482.45	\$ 564.40	\$ 436.24	\$ 602.25	\$ 645.33	\$ 696.55	\$ 807.19
Exportaciones Canadienses a Colombia	\$ 370.84	\$ 452.53	\$ 617.86	\$ 673.22	\$ 527.99	\$ 626.32	\$ 764.23
Balanza	\$ 111.61	\$ 111.87	-\$ 181.61	-\$ 70.97	\$ 117.33	\$ 70.23	\$ 42.96

Fuente: (Proexport Colombia, OPORTUNIDADES COMERCIALES CANADA)

INDICADORES ECONOMICOS CANADA:

- PIB IV Trimestre 2011: \$1.72 trillones
- Crecimiento del PIB 2011: 2.6%
- PIB per cápita 2011: \$40,300
- Tasa de Desempleo (enero 2012): 7.4%
- Importaciones 2011 (millones) US\$ 451,028,291
- Exportaciones 2011 (millones) US\$ 452,710,914
- Inflación: 2.8%

LOGROS CANADA

Canadá ha logrado aumentar las frecuencias de vuelo para Colombia, vuelos directos sin escala Toronto – Bogotá. Ya las empresas en Canadá como Air Canadá Vacations empresa líder en turismo con rango Medio – Alto, ya ofrecen paquetes turísticos completos hacia Colombia. Nolitours Air Transat la séptima empresa más importante en el mundo en vuelos Charters aumento la frecuencia de Montreal a San Andrés y de San Andrés a Montreal y más importante reinicio la ruta Toronto – Cartagena a partir de diciembre de 2010. Otra empresa que es muy importante en el mundo en el turismo de aventura Gap Adventures está diversificando su portafolio de productos – destinos a Colombia, principalmente para destinos como Bogotá, Caribe, el triángulo del Café y Medellín.

Toda esta información da pasos agigantados para potencializar el turismo de la Salud Colombia – Canadá, debido a alta incidencia del turismo y tan significativa que ha sido Colombia para las empresas más importantes del mundo en el tema del turismo, los habitantes canadienses son un mercado muy grande que podría incrementar el turismo de salud en un 100%.

Grafica 4: Viajeros Canadienses a Colombia



Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo , 2012)

En la anterior grafica se ve claramente como ha crecido desde el 2005 al 2009 los viajeros canadienses a Colombia, en el año 2005, se tuvo un registro de 24.469 viajeros en el año. En el año 2006 hubo un incremento de 2.646 viajeros, el año con más incidencia de viajeros de Canadá a Colombia fue en el 2007 con 28.279 turistas, aunque en el 2008 tuvo una disminución de tan solo 647 viajeros y en el último año registrado en la estadística 2009 obtuvo un aumento 525 viajeros quedando con una cifra de 28.157 viajeros.

COLOMBIA

Colombia es un miembro activo de la organización mundial de comercio y participa en el foro multilateral, por ello compite con un sistema de economía abierta, ya que permite comercializar bienes y servicios tanto local como internacionalmente, además es abierta la inversión extranjera dentro del país y por parte de los residentes al exterior. Colombia también hace parte de acuerdos internacionales, lo cual facilita internacionalizar sus productos y servicios, como lo hace con el turismo en general y la iniciativa de potencializar el turismo de la salud.

Colombia es visto en el mundo como un país fuerte en el tema de turismo, porque es el único país que le ofrece al turista un mismo país en todas las regiones, además su variedad de climas que no son extremas como en Canadá, sino que es un clima tropical en casi todas sus regiones, como Caribe, pacífico, andino, llanero y amazónico.

Colombia ha estado invirtiendo en mejorar competitivamente en turismo en el mundo, ello se ve reflejado en la incidencia y amento de viajeros no solo de Canadá sino del mundo. En el país se estima que un 80% de su mercado es domestico de la demanda turística, los viajes se concentran en los días de festividades (fiestas patrias, religiosas nacionales) y vacaciones escolares de mediados de año.

Los productos principalmente demandados por el turista en Colombia, es sol y playa, historia y cultura, agroturismo, ferias y fiestas en las capitales del país, deportes de aventura, ecoturismo. Se registran que en el último año lo más demandado ha sido el turismo de salud, para operaciones estéticas y curativas.

Tabla 9: Productos de preferencia canadiense / Destino en Colombia

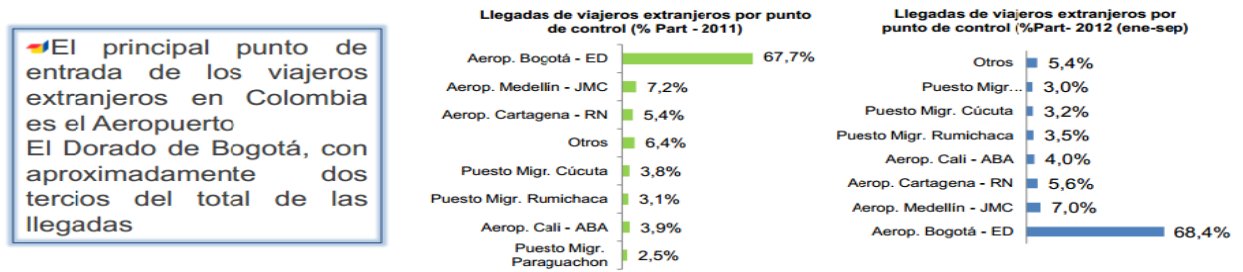
Productos de preferencia canadiense	Destino en Colombia
Sol y playa	San Andrés y Santa Marta
Cultura	Bogotá y Medellín (ciudad capital)
Ferias y fiestas	Barranquilla (Carnaval de Barranquilla)
Historia y cultura	Cartagena
Naturaleza	Amazonas Santa Marta (Parque Nacional Tayrona) Triangulo del Café (Agroturismo)

Fuente: (Proexport & Ministerio de Comercio, Industria y Turismo)

“Colombia cuenta actualmente con 590 aeropuertos y campos de aterrizaje de los cuales: 74 son de propiedad de Aero civil, 14 de los Departamentos, 94 Municipales, 9 Militares, 185 Fumigación, 214 Privados”. (Ministerio de transporte).

De los cuales los principales y más utilizados por los viajeros son los siguientes:

Figura 2: Llegada de viajeros extranjeros

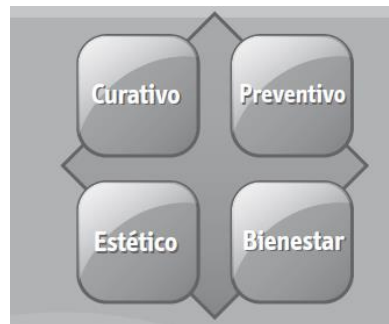


Fuente:(Proexport, Colombia, Informe Turismo Extranjero en Colombia)

SERVICIOS DE SALUD

Los servicios de salud en Colombia que se prestan o exportan, son servicios de alto potencial y colmado de oportunidades que crece sustancialmente, por la calidad de la medicina y turismo en Colombia que ya se considera de talla mundial, por ello ha despertado un gran interés en el mundo y especialmente en Canadá, ya que gracias al Tratado del Libre Comercio toda clase de servicios que se le prestan a los canadienses ingresan con cero arancel, la exportación de este tipo de servicios ofrece al empresario Colombiano un gran margen de rentabilidad, adicionalmente no solo el turismo de salud involucra solo servicios médicos, sino que un paquete conformado por viajes (agencias de viajes), hoteles, turismo y servicios médicos, es un paquete con muchas áreas involucradas y a la vez muy llamativo para los habitantes extranjeros especialmente Canadá porque son uno de los principales importadores de turismo de salud.

Figura 3: Tipos de Procedimientos realizados en Colombia



Fuente: (Proexport Colombia, Colombia es pasión)

Curativo: Pacientes que buscan tratamientos médicos en el exterior para enfermedades existentes en el momento, así como trasplantes o cirugías no electivas. Ejemplo: (Quiero tratar mi preocupación medica especifica) Promover la buena salud de las personas a través de múltiples modalidades para tratar, entender y mejorar la calidad de vida con una enfermedad.

Preventivo: Pacientes que buscan prevenir posibles enfermedades, pero que en sus países deben esperar mucho para lograr una cita o los costos de estas son muy altos. Incluye los Chequeos Ejecutivos.

Ejemplo: (Quiero optimizar mi salud para prevenir enfermedades o lesiones) Identificar factores de riesgo y mejorar la prevención de enfermedades.

Estético: Pacientes que desean realizarse cirugías electivas principalmente para mejorar su apariencia física, pero que buscan mejor calidad a la disponible en sus países o menores costos. Incluye tratamientos de Ortodoncia y Estética Dental.

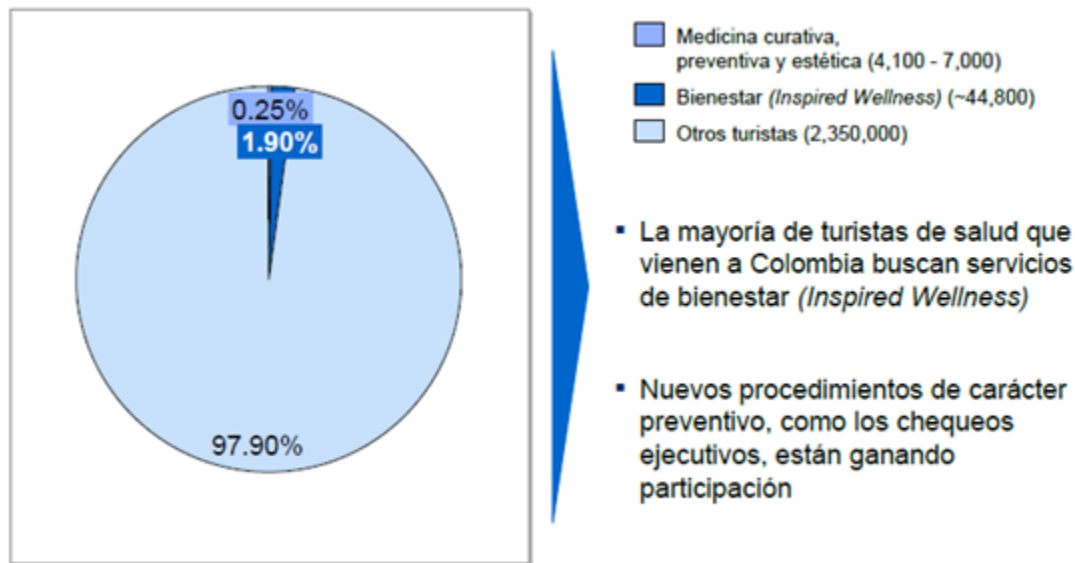
Ejemplo: (Quiero verme mejor para poder sentirme mejor conmigo mismo) Denota satisfacción con la apariencia física propia.

Bienestar: Viajeros que buscan relajación y cambios de rutina. Incluye los spas, y el turismo de termales.

Ejemplo: (Quiero sentirme bien emocionalmente haciendo algo bueno para mi)

- Social: Satisfacción con relaciones y desempeño en roles sociales.
- Espiritual/mental: grado en el que una persona se siente positiva y entusiasta acerca de sí mismo y de la vida.
- Físico/ambiental: actividad física, comida saludable y nutrición, relación con el medio ambiente

Gráfica 5: Colombia el turismo de la Salud



Fuente: (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2009)

Según investigaciones realizadas por “The Global Spa Economy, Global Spa Summit 2009, Proexport” la mayoría de los turistas de salud que vienen a Colombia buscan principalmente servicios de bienestar, viajan a este país a realizar actividades físicas, actividades relacionadas con el medio ambiente en los diferentes sitios turísticos que posee el país, y entre los destinos favoritos de los turistas canadienses se encuentra San Andrés o el parque Tayrona, esto específicamente porque el perfil de los turistas es más ecológico y encaminados a lo natural.

COLOMBIA ACTUALMENTE EN SERVICIOS DE SALUD

El mercado colombiano de turismo de salud está en una etapa de crecimiento de acuerdo a la información encontrada, ha logrado años de innovación y atención médica de las mejores calidades que ha consolidado el sector, por estas razones se podría decir que Colombia y sus instituciones están listas para dar el paso a convertirse en un proveedor de salud para el mundo.

Colombia ofrece un paquete de beneficios para todas aquellas instituciones que deseen prestar sus servicios de salud internacionales, incluyendo la posibilidad de establecer una zona franca de servicios con excelentes incentivos tributarios y operacionales.

“Información importante del sector en Colombia:

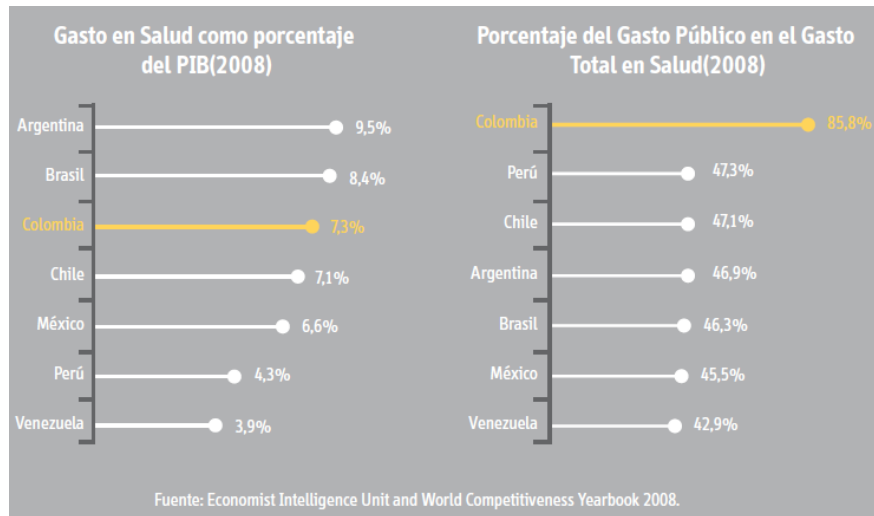
- El sistema de salud colombiano es el mejor de Latinoamérica y el número 22 en el mundo.
- Colombia dedica 7.3% de su PIB en salud y el 13.9% de su gasto público.
- Colombia esta solo a 3 horas de vuelo de Miami y a menos de 6 horas de New York, Washington, Houston, Sao Paulo, México y Buenos Aires.
- Los procedimientos médicos en Colombia cuestan entre el 10% y el 35% de su precio en los Estados Unidos.
- Colombia tiene una historia de innovación y logros que le dan al país y a sus médicos el reconocimiento internacional con el que cuentan en la actualidad.
- Colombia tiene el 5% del mercado mundial de turismo de medicina curativa, y se espera llegar al 20% y 30% en el 2032.
- En Colombia se invirtieron en marcapasos, la válvula de Hakim, la vacuna contra la malaria, y se realizó el primer trasplante de tráquea en el mundo.

Fuente: (Proexport Colombia, Colombia es pasion)

El sistema cuenta con un fuerte respaldo del gobierno. Colombia invierte el 7,3% de su PIB en salud y el 13,9 % de su gasto público.

La Inversión en Salud en Colombia ha crecido sistemáticamente en los últimos años, en gran parte gracias al compromiso del gobierno central. El Sistema de Salud en Colombia cuenta con una fuerte inversión pública que garantiza el funcionamiento del mismo, así como una excelente cobertura. 86% del total de la inversión en Salud proviene del Gobierno. Colombia invierte el 7,5% de su PIB en Salud, una de las proporciones más altas en Latinoamérica”. **Fuente:**(Proexport Colombia, Colombia es pasion)

Grafica 6: Gasto en salud en porcentaje del PIB / Porcentaje del gasto público total en salud



Fuente: (Proexport Colombia, Colombia es pasión)

De lo anterior podemos concluir que el sector de los servicios en especial el de la salud aunque en el país es un sector aún muy incipiente ha sido apoyado por el gobierno tanto en los gastos en salud como otros incentivos que veremos más adelante para incentivar a todas aquellas empresas prestadoras de estos servicios a seguir creciendo a nivel nacional e internacional, aprovechando las fortalezas que se tienen con el gran potencial médico y geográfico y los beneficios que ofrece el gobierno y las oportunidades que brinda el TLC Colombia-Canadá a este tipo de servicios.

Factores para lograr el Éxito:

Se diseñan los siguientes componentes principales que intervienen directamente en el logro de los objetivos que se pueden plantear todas aquellas instituciones colombianas que desean exportar sus servicios de salud:

1. Promoción y Distribución:

- Alianzas con Facilitadores, con Hospitales y con Médicos reconocidos
- Segmentación de Mercado: análisis de perfiles de edad, ingresos, nivel de estudios,

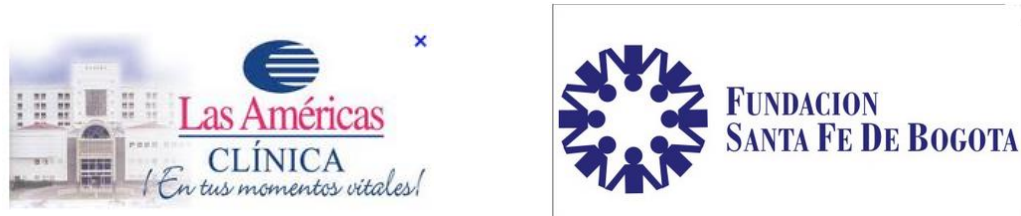
2. Producto:

- Precios

- Procedimientos Médicos (elegir los más utilizados en el mercado de Canadá y que sean fortaleza del mercado colombiano)
- Planes de seguros y planes médicos.
- 3. Personal Médico:**
 - Médicos con las mejores capacidades y bilingües.
 - Enfermeras certificadas y bilingües.
- 4. Capacitación Constante:**
 - Científica, técnica, educación continua y de idiomas
- 5. Certificaciones.**
- 6. Infraestructura:**
 - Hospitales y clínicas con altos estándares internacionales.
- 7. Operaciones:**
 - Buenas condiciones de alojamiento para atender las operaciones pre y post.
 - Transporte especializado y bilingüe.
 - Turismo con guías bilingües y entretenimiento.
 - Alimentación controlada y saludable.
- 8. Calidad:**
 - Seguridad en los destinos
 - Calidad y seguridad en los servicios, procedimientos, equipos e infraestructura.

**EMPRESAS COLOMBIANAS PRESTADORAS DE SERVICIOS INTERNACIONALES
DE SALUD.**

Figura 4: Principales Clínicas prestadores de Servicios de Salud en Colombia





Fuente: (Proexport Colombia, Colombia es pasión)

Entre las principales empresas más reconocidas por prestar servicios internacionales de salud en Colombia podemos encontrar las siguientes:

- Hospital Universitario San Vicente de Paul.
- Hospital Pablo Tobón Uribe.
- Fundación Clínica Shaio.
- Clínica las Américas.

HOSPITAL UNIVERSITARIO SAN VICENTE DE PAUL: “Hospital ubicado en la capital Antioqueña, Medellín con una historia de experiencia en todo lo relacionado con la salud desde el año 1.912

Servicios para pacientes internacionales:

En Centros Especializados de San Vicente fundación nos importa lo que el paciente siente y espera como solución a su necesidad, por lo cual trabajamos para generar una relación de confianza, seguridad y transparencia en la atención. Todo esto lo logramos a

partir del trato humanizado, no solo hacia el paciente, sino hacia el acompañante y su familia.

Los espacios que hemos adecuado para recibirle fueron pensados con la idea de brindarle la mayor comodidad, el fácil desplazamiento por las diferentes zonas y un ambiente tranquilo y campestre que genera tranquilidad. Igualmente, el Hospital dispone de diversos locales comerciales que ofrecen productos que eventualmente pueden necesitar el paciente o sus familiares.

Ofrecemos servicios con personal altamente calificado y recursos de última tecnología para brindar una respuesta oportuna y eficaz. Somos una institución comprometida con la preservación de la vida.

La oficina de conserjería ofrece apoyo personalizado a pacientes y acompañantes que requieran servicios no asistenciales con el fin de hacer más fácil y agradable su estadía.

Entre los servicios prestados están:

- Reserva de hoteles
- Programación de transporte terrestre
- Cambio de divisas
- Acompañamiento permanente al paciente o su acudiente durante citas, la estancia en el hospital, procedimientos administrativos, entre otros.

Además, la conserjería puede coordinar planes turísticos en la región del Oriente Antioqueño para los pacientes y familiares que así lo deseen.

Servicios de salud que ofrece:

- Centro trasplante de órganos y tejidos:
- Especialidades
- Experiencia
- Novedades

Descripción

El grupo de trasplantes de San Vicente Fundación cuenta con una reconocida trayectoria nacional e internacional, en parte, por nuestra tasa de donación que está catalogada

dentro de las más altas del mundo, lo que nos ha permitido lograr tiempos muy cortos en lista de espera para realizar trasplantes. Además, nuestra experiencia incluye trasplante renal de adulto y pediátrico, tanto de donante vivo como fallecido, trasplante hepático de adulto y pediátrico, trasplante de riñón, páncreas, trasplante de intestino delgado y trasplante multivisceral. La atención médico-quirúrgica, tanto en el pre trasplante como en el trasplante y pos trasplante, es realizada por un mismo equipo multi e interdisciplinario integrado por anestesiólogos, psiquiatras, radiólogos, intensivistas, patólogos, infectólogos, personal de enfermería, trabajo social, nutrición y epidemiólogos especialistas en trasplantes de órganos. Somos el primer programa en Suramérica y Centroamérica con formación de talento humano en Cirugía de Trasplantes, lo que permitirá a los países de nuestra región avanzar hacia la conformación de sus propios grupos.

Trabajamos de forma conjunta con la Universidad de Antioquia y estamos en investigación permanente con el grupo de epidemiología, además, contamos con un grupo de Coordinación de Trasplantes intrahospitalario y extrahospitalario.

Servicios complementarios:

- Unidad de cuidados intensivos de adultos y pediátrica atendida por intensivistas con experiencia en trasplantes
- Unidad de cuidados especiales
- Hospitalización
- Servicio permanente de Radiología general y especializada
- Servicio permanente de Patología
- Servicio permanente de Banco de Sangre
- Interconsultas con otras especialidades
- Apoyos permanentes por Terapistas Físicas y Terapistas Respiratorias

Exámenes, pruebas y servicios

Realizamos exámenes de laboratorio clínico general y especializado, laboratorio de microbiología, laboratorio de niveles terapéuticos de medicamentos, laboratorio de

patología, imágenes diagnósticas, estudios endoscópicos, laboratorio vascular, pruebas especializadas de Cardiología invasiva y no invasiva, pruebas de función pulmonar.

Tecnología

El servicio de trasplantes cuenta para su desarrollo con la infraestructura de Centros Especializados de San Vicente Fundación, hospital con la más avanzada tecnología en Suramérica y Centroamérica: quirófanos inteligentes, unidades de atención especializada, centros de comunicación permanente, laboratorios con tecnología de punta y equipos de radiología de última generación.

Especialidades

- Cirugía de trasplantes
- Hepatología de adultos y pediátrica
- Nefrología de adultos y pediátrica
- Gastroenterología de adultos y pediátrica
- Anestesiología de trasplantes
- Psiquiatría
- Psicología
- Patología
- Radiología
- Químico farmacéutico
- Nutrición
- Trabajo Social
- Neurología
- Epidemiología
- Coordinación de trasplantes
- Enfermera coordinadora de trasplantes
- Especialidades Interconsultantes
 - Cardiología
 - Medicina interna
 - Infectología
 - Hematología

- Oncología
- Endocrinología
- Cirugía maxilofacial
- Neumología
- Oftalmología
- Otorrinolaringología
- Ginecología
- Urología
- Fisiatría”

Fuente: (Hospital Universitario San Vicente de Paul)

HOSPITAL PABLO TOBON URIBE:

“Nuestra Oficina Internacional

Es un área dedicada exclusivamente para acompañar al paciente, su familia y el asegurador.

El primer contacto hasta el regreso a su país de residencia.

Lo asesoramos a Usted y a su acompañante

Con conexiones hoteleras, turísticas y de transporte durante su estadía en la ciudad.

Contamos con un espacio diferencial,

Con sala de espera, internet, televisión y cocina, para que Usted y sus acompañantes tengan un lugar cómodo y agradable y puedan sentirse como en casa durante su proceso.

Nos encargamos directamente de concertar las citas médicas

Orientar administrativamente a los pacientes, a través de un contacto directo e inmediato con los médicos tratantes y con el asegurador responsable del paciente; haciendo que su proceso fluya de manera ágil y prioritario durante las 24 horas del día, los 365 días del año.

Servicios de salud que ofrece:

- Anestesiología
- Antibioticoterapia Ambulatoria
- Auditoria Médica
- Banco de Sangre
- Biología Molecular
- Cancerología
- Cardiología
- Cirugía de trasplante renal
- Cirugía General
- Cirugía General – Vascular periférico
- Cirugía General con entrenamiento bariátrica
- Cirugía Plástica
- Cirugía plástica Oncológica
- Coloproctología
- Consulta Privada
- Cuidado Crítico
- Dermatología
- Endocrinología
- Enfermería
- Epidemiología Clínica
- Especialistas de Cancerología
- Fisiatría
- Física
- Fonoaudiología
- Gastroenterología
- Ginecología
- Hematocitopatología
- Intervencionismo Corporal
- Laboratorio
- Laboratorio de biología molecular
- Laboratorio de patología
- Medicina de cuidado intensivo
- Medicina general

- Medicina interna
- Medicina interna neumología
- Médico informático en salud
- Nefrología adultos
- Neurocirugía
- Neuropsicología
- Neuroradiología Intervencionismo
- Nutrición
- Odontología
- Oftalmología
- Oncología radioterapia
- Ortopedia y traumatología
- Otorrinolaringología
- Patología
- Pediatría
- Psicología
- Psiquiatría
- Química y regencia de farmacia
- Quimioterapia adultos y niños
- Radiología
- Radioterapia
- Reumatología
- Salud ocupacional y medicina
- Soporto y cuidado paliativo
- Terapia ocupacional
- Toxicología
- Trasplantes
- Unidad de Investigación
- Unidad funcional de cáncer de piel
- Urgentología
- Urología
- Urología oncológica.”

Fuente: (Hospital Pablo Tobon Uribe)

FUNDACION CLINICA SHAI0

“El centro de atención de la fundación está ubicado en la ciudad de Bogotá, es el centro de contacto e información oportuna a los pacientes, se encargan de garantizar un modelo de servicio diferencial y personalizado diseñado para satisfacer las necesidades de los pacientes internacionales, sus familiares y acompañantes.

Ofrecen a la comunidad internacional un portafolio amplio de servicios médicos especializados, apoyados por un gran equipo de médicos, enfermeras y personal administrativo con la más amplia experiencia.

Hacen parte de las instituciones que conforman la red de exportación de servicios de salud.

Servicios de salud que prestan:

Centro Cardiología y cirugía cardiaca.

- Clínica de Arritmias
- Centro de neurociencias y radioneurocirugia
- clínica de cirugía bariátrica
- clínica de reemplazos articulares
- clínica de sudoración
- clínica plástica, estética y reconstructiva”

Fuente:(Funacion Clinica Shaio)

CLINICA LAS AMERICAS:

“La Oficina Internacional de Las Américas trabaja hace once años en la atención priorizada de pacientes nacionales e internacionales, así mismo en la atención dirigida a sus acompañantes brindándoles confianza, seguridad y un buen servicio. Considerando importante la buena prestación de los servicios en salud para cada persona que llegue a la Clínica Las Américas, el equipo de la Oficina Internacional atenderá todos los requerimientos que necesitan los pacientes para el ingreso a la Institución, detallando cada servicio en la llegada al país o ciudad; entre su proceso está:

- Programación de citas y agendas para realizar procedimientos ambulatorios o quirúrgicos
- Asistencia personal e información sobre tratamientos médicos y servicios
- Apoyo en los procedimientos administrativos
- Trámite ante aseguradoras internacionales
- Atención a los problemas o sugerencias de los pacientes
- Visitas guiadas en nuestras instalaciones con personal bilingüe
- Asistencia en idiomas durante su permanencia en la Clínica Las Américas
- Convenio con la empresa de transportes aéreo medicalizado Sarpa para coordinar transporte de los pacientes desde cualquier lugar del país o del exterior
- Asistencia en la coordinación de viajes incluyendo reservas en los hoteles en convenio
- Transporte gratuito desde y hacia al aeropuerto internacional José María Córdova o el regional Enrique Olaya Herrera en nuestra propia flota de taxis
- Servicio de guardado equipaje
- Internet Wi-Fi gratuito en las instalaciones de la Clínica
- Servicio de cómputo y fotocopiado de documentos en nuestra Oficina Internacional, así como Internet banda ancha y llamadas de larga distancia
- Llamada gratuita internacional para las personas residentes en Estados Unidos
- Contamos con convenios en compañías aseguradas de todo el mundo y realizamos todos los procesos administrativos para cubrimiento de eventualidades de salud durante su estadía en Medellín
- Convenios especiales con empresas de la ciudad con descuentos especiales para nuestros pacientes

Convenios y planes turísticos: Los convenios con empresas del sector turismo en la ciudad de Medellín, permite que nuestros pacientes puedan hacer recorridos exclusivos por los principales atractivos de la ciudad.

Si usted está interesado La Oficina Internacional se encarga de:

- Entregar el volante con los beneficios y planes que ofrece la agencia de turismo

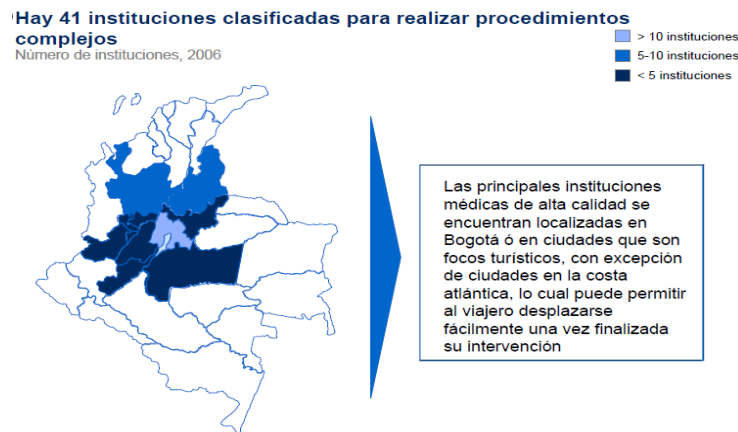
- Ponerlo en contacto con la agencia de turismo que usted elija de acuerdo a nuestros convenios realizados que ofrecen tarifas especiales para nuestros pacientes
- La agencia de turismo elegida podrá incluso visitarlos en nuestras instalaciones o en el hotel para asesorarlos en los diferentes planes

Los planes turísticos ofrecidos incluyen:

- Planes de recorrido por la ciudad (visita a los diferentes atractivos turísticos de la ciudad)
- Planes regionales (visita por los diferentes municipios cercanos a la ciudad de Medellín)
- Plan de compras (visita a los diferentes centros comerciales de la ciudad)
- Estos recorridos incluyen transporte, guías bilingües e ingresos a los diferentes sitios; algunos incluyen alimentación, guías en inglés y en español y seguro.”

Fuente:(Grupo Empresarial las Americas)

Figura 5: Principales Ciudades en las que se encuentran las instituciones prestadoras de Servicios de Salud



Fuente: (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2009)

De la anterior información de las principales empresas en Colombia prestadoras de servicios médicos pueden concluir que son altamente competitivas y con la experiencia suficiente para atender la demanda de turistas que requieran realizarse procedimientos médicos en nuestro país.

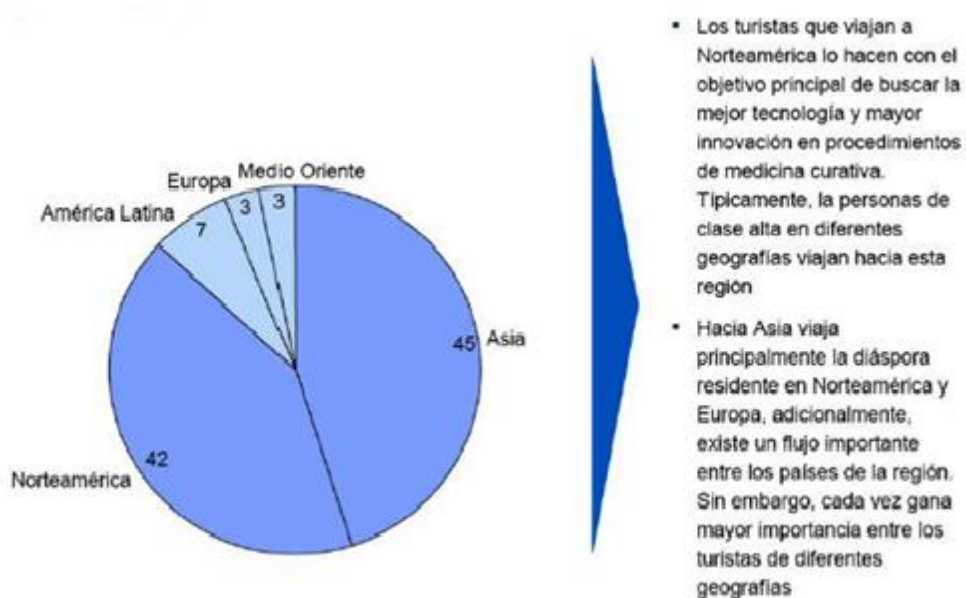
Hay algunas zonas como se puede evidenciar en la anterior grafica que son centro de este tipo de servicios en el país, son las ciudades que poseen el mayor número de instituciones altamente capacitadas y que a su vez son foco turístico.

Colombia posee una gran ventaja competitiva que se basa en la gran cantidad de oferta que ofrece con la diversidad tanto en instituciones, regiones turísticas y calidad de los servicios que presta sumándole al gran número de ventajas esta la oportunidad que ofrece el TLC con Canadá que perfecciona con unos costos muy asequibles para el gran número de habitantes canadienses que desean realizarse algún tipo de procedimiento de salud.

COMPETENCIA INTERNACIONAL PARA COLOMBIA:

La siguiente graficas nos muestra cuales son los destinos favoritos de los turistas a la hora de realizarse un procedimiento de salud.

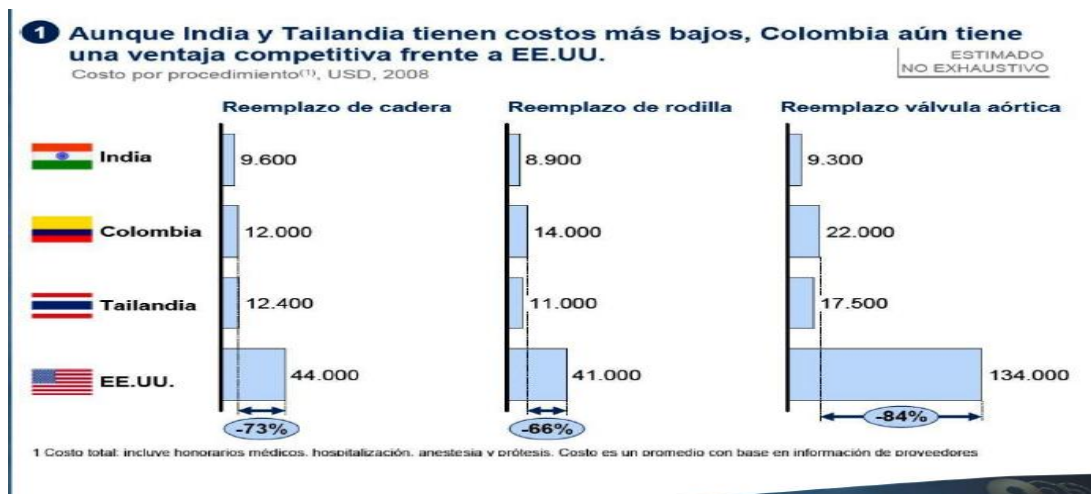
Grafico 7: destino de los Turistas de Salud



Fuente: (Ministerior de Comercio Industria y Turismo, 2009)

Aunque la competencia es bastante alta y países como India y Tailandia ofrecen procedimientos de salud de más bajo costo que en Colombia como los mencionados en la siguiente gráfica, Colombia se encuentra en una ubicación bastante alentadora con respecto a grandes potencias, también es competitivo en cuanto a costos y calidad de los servicios y aún más para atraer a turistas canadienses que están motivados porque para ellos si se brindaría el menor de los costos debido a que los procedimientos a practicarse están acogidos por el TLC que existe con Colombia por lo tanto todo se les facilitaría.

Gráfica 8: Principales países competencia directa de Colombia



Fuente: (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2009)

Los procedimientos médicos en Colombia cuestan entre el 10% y el 35% de su precio en los Estados Unidos.

Colombia tiene uno de los costos más competitivos en Latinoamérica en términos de cirugías, tratamientos médicos y medicamentos. En el país se pueden recibir tratamientos completos por solo el 10% de lo que cuestan en los Estados Unidos.

Tabla 10: Ejemplos de Costos de Procedimientos Médicos

Procedimiento (USD)	Colombia	Estados Unidos	India	México	Tailandia	Costa Rica
Trasplante de Riñón	\$25.000	\$120.000		\$45.000		
Aumento de Senos	\$2.600	\$8.500	\$2.600	\$5.000	\$5.700	\$2.700
Rinoplastia	\$1.900	\$6.500	\$2.100	\$2.800	\$2.000	\$2.500
Abdominoplastia	\$3.000	\$8.500	\$3.400	\$4.500	\$4.000	\$4.000
Cirugía de Párpados	\$1.700	\$7.500	\$1.850	\$4.000	\$1.400	\$2.500

Fuente: (Proexport Colombia, Colombia es pasión)

En la comparación de costos de algunos procedimientos médicos realizada en la anterior grafica se puede observar que Colombia está en puesto preferencial lo cual hace el país más llamativo para realizarse procedimientos de alta demanda a unos costos realmente muy bajos comparados con otros países que le ofrecen el mismo procedimiento y quizá con un menor servicio y calidad del que se ofrece en Colombia.

Servicios en general que se prestan en Colombia para el turismo de la Salud:

Es un paquete muy completo que cualquier tipo de procedimiento estético, quirúrgico, curativo o preventivo, agregando la visita a innumerables destinos turísticos; estos dependen de la ciudad del procedimiento médico y del paquete tomado, también se ofrece un servicio con calidez, profesionalismo, con los altos estándares, en excelentes clínicas con instalaciones y equipos médicos de última generación.

Cirugías ofrecidas: Cirugía de trasplantes, Hepatología de adultos y pediátrica, Nefrología de adultos y pediátrica, Gastroenterología de adultos y pediátrica, Anestesiología de trasplantes, Psiquiatría, Psicología, Patología, Radiología, Químico farmacéutico, Nutrición, Neurología, Cardiología, Infectología, Neumología, Cirugía maxilofacial, Cirugía Plástica, Odontología, Quimioterapia adultos y niños, Rinoplastia, mamoplastia, liposucción, entre otras más; las cuales con un sin número que se pueden visualizar en cada uno de los establecimientos o centros médicos antes mencionados que prestan servicios de salud.

Sitios Turísticos ofrecidos: Colombia posee una infraestructura en recursos naturales y capital humano que enamora al turista, es privilegiada por su posición geográfica y en el continente, por sus tres cordilleras hijas de los Andes, reúne infinidad de paisajes en todos los ambientes del trópico como playas, glaciares, llanuras, montañas, selvas y desiertos. Son todos y cada uno de las maravillas que posee Colombia y le ofrece al turista como el Amazonas (Selva Tropical), Barraquilla (Carnavales, playa), Bogotá (Cultura y Negocios), Boyacá (un mar de fértiles montañas, cordillera Oriental, Cultura y nuestra independencia), Cali y Valle del Cauca (Rumba, fiestas, baile y salsa), Cartagena (historias de piratas, cultura, murallas, balcones, playa, la belleza del mar, arquitectura antigua), Huila (Agricultura, formación de países), Medellín (mujeres, flores y montañas, clima de primavera), Pacífico (Ballenas jorobadas, tortugas marinas, ambiente natural), San Andrés (unas hermosas y extensas playas de arena blanca), Triangulo del Café (Caldas, Quindío y Risaralda mejor cae del mundo), entre muchísimos.

Todo lo anterior es ofreció por Colombia en el turismo de la salud para el mercado canadiense paquetes muy completos que tienen cualquier tipo de servicio médico y turístico.

Oferta para los servicios de Salud ofrecidos por Colombia:

Desde niños hasta adultos, de 0 a 100 años, va dirigido a toda la población, que tenga la capacidad económica y adquisitiva para adquirir un paquete turístico, la población en Canadá tiene un sistema o calidad de vida medio alta, entonces casi toda la población tendría la capacidad de adquirir un paquete en Colombia.

MODALIDADES DE EXPORTACION DE SERVICIOS

Son cuatro las modalidades de exportación de servicios

Suministro transfronterizo: Es el servicio suministrado desde el territorio miembro (País exportador), al territorio de otro miembro (País consumidor). Sólo cruza la frontera el servicio propiamente dicho, sin desplazamiento de las personas: La consultoría y el asesoramiento se efectúa por fax o correo electrónico. El proveedor del servicio no establece presencia en el país en el que se consume el servicio. Una empresa local

prepara un estudio de mercado para un cliente extranjero, que luego es transmitido al cliente por correo electrónico. Esta modalidad depende directamente de la existencia de una estructura de telecomunicaciones eficiente. **Fuente:** (Gloria Stella Plazas Peralta, 2009)

Consumo en el extranjero: Suministro en el territorio del proveedor (país exportador); por desplazamiento del consumidor (país importador). Servicios consumidos por nacionales o residentes de un país en otro país distinto al que presta el servicio. El servicio es suministrado a consumidores que están fuera de su país de residencia.

Cuando el consumidor atraviesa la frontera para recibir un servicio en el exterior: los buques que se trasladan a otro país para su reparación. Cuando los directivos extranjeros van a un país para asistir a un curso de formación en prácticas de gestión.

Presencia Comercial: Por desplazamiento de proveedor (país exportador), al territorio del consumidor por cualquier tipo de establecimiento comercial o profesional (país importador). El proveedor del servicio cruza la frontera para establecer presencia comercial en el extranjero, a través de la cual proporciona el servicio. Cualquier tipo de empresa incluidas las sociedades mercantiles, sucursales, oficinas de representación, etc. Una empresa local de ingeniería abre oficina de proyectos en el extranjero por la duración de un proyecto de construcción. Los bancos necesariamente tienen que abrir una sucursal para prestar el servicio. **Fuente:** (Gloria Stella Plazas Peralta, 2009)

Personas Físicas: Traslado temporal del proveedor (País exportador), al territorio de otro miembro (al País importador). Esta modalidad se aplica sólo a las personas cuando pasan una temporada en otro país a fin de prestar algún servicio. Los empleados de los proveedores de servicios. Una empresa local de capacitación envía un instructor al extranjero para dictar un curso a los directivos. Esta modalidad depende directamente de las facilidades para realizar viajes de negocios temporales. **Fuente:** (Gloria Stella Plazas Peralta, 2009)

Según las definiciones anteriores la modalidad adecuada para este tipo de exportación de servicios Turismo de Salud, es el Consumo en el Extranjero; ya que los canadienses tendrían que desplazarse desde su país de residencia hacia Colombia para la prestación

de estos servicios médicos, quirúrgicos, turísticos, etc., de esta manera el consumidor gozaría de un servicio completo que incluye viaje desde su país (importador) hasta Colombia (exportador), con todos los servicios que involucra el Turismo de Salud.

Procedimiento ante el ministerio de Comercio, Industria y Turismo y para el reintegro de las divisas respecto al pago del servicio prestado ante el Banco de República:

Adquiera la Firma Digital ante CERTICÁMARA

Diligencie la declaración de exportación de servicios previo al reintegro de divisas

Registre la declaración de contrato de exportación de servicios

Presentar el contrato de exportación de servicios o la factura de prestación de servicios

Estrategias para atraer turistas canadienses interesados en el turismo de salud:

- En Colombia hay todo tipo de especialistas sin excepción de ningún procedimiento, como neurólogo, cardiólogos, hematólogos, radiólogos, patólogos y oftalmólogos, entre otros, por nombrar los procedimientos médicos más importantes y demandados.
- Actualmente en Colombia el Gobierno responde a una estrategia de convertir al país en un líder mundial para el desarrollo y dominio del turismo de salud, según cifras de la Asociación Colombiana de Turismo de Salud (Actus), este sector genero 16 mil empleos el año anterior.
- Actualmente Colombia ha sido atractiva para el turista canadiense, por su calidad en procedimientos y bajos costos, quietándole mercado potencialmente alto a su competencia directa como Estados Unidos, México, Tailandia e India.
- Colombia ofrece procedimientos médicos y turísticos a costos inferiores hasta del 40% que su competencia, principalmente en un promedio con Estados Unidos, prevaleciendo Calidad, profesionalismo y medio ambiente.

- La Creación del Programa de Transformación productiva (PTP), “es una alianza público-privada, creada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que fomenta la productividad y la competitividad de sectores con elevado potencial exportador, por medio de una coordinación más eficiente entre el sector público y privado”. Gracias al PTP se han creado estrategias o bases para que Colombia en el 2032 sea reconocido como un líder mundial en Turismo de Salud, caracterizándose por el valor en los procedimientos médicos con costos competitivos, alta calidad e innovación en la prestación de servicios.

“El PTP busca Mejorar la productividad y competitividad sectorial; principalmente el Turismo de Salud, busca que sectores y empresas puedan beneficiarse en el campo de servicios y productos de los Acuerdos Comerciales realizado con los diferentes países del mundo al obtener de esto una oferta exportable más sólida.”

- En Colombia el Turismo de salud se focaliza en cuatro sectores como servicios curativos, preventivos estéticos o de bienestar, aspectos que muy pocos países ofrecen en conjunto, además estos focos son tratados profesionalmente, con seguridad, calidad y con bases en el servicio.
- Un aspecto altamente notable es que El Estado Colombiano está ayudando a todas Instituciones prestadoras del Turismo de Salud las cuales son numerosas, a certificación o acreditación Internacional, ya que un requisito fundamental para la prestación de estos servicios y para la seguridad del mercado objetivo.
- Para complemento de la parte salud Colombia cuenta una serie de lugares de interés turísticos, naturales y arquitectónicos, proyectándose como uno de los principales destinos en Latinoamérica, para el turismo y el turismo de salud.
- Para llegar a un mercado altamente potencial como Canadá se debe primero implementar como estrategias el carácter o características distintivas del servicio ofrecido por Colombia; que la de los demás países competencia, como por ejemplo costos o precios, calidad tanto de los profesionales como de las instituciones prestadoras del servicio, en todas y cada una de las campañas realizadas por las empresas el fuerte de ser la diferenciación del Turismo de salud prestado por Colombianos al de los demás países.

- Antes de derrotar o atacar la competencia Canadiense o de otros países se debe manejar como aliada, ya que el turismo de salud en general es nuevo en el mundo, la competencia al principio ayuda a educar al posible cliente, atrapándolo al producto más que destruyendo la competencia, en este punto se debe focalizar estrategias como campañas publicitarias fuertes, pero no que destruyan al competidores sino que legitimar clientes, enfocándose en el atractivo nacional como por ejemplo, primero a la competencia canadiense se puede desplazar mostrándole al posible cliente también canadiense que los costos son relativamente más bajos y que además conocerá a otro país tanto en su parte cultural como turística.
- Segundo al mercado internacional se puede desplazar por medio y siempre principalmente en el costo, la calidad de los profesionales, los innumerables procedimientos ofrecidos y tan excelentes y todos y cada uno de los sitios turísticos que ofrece Colombia, por medio de fotos y videos que impacten la vista del cliente objetivo.
- Una estrategia a utilizar es vender directamente a los clientes antes utilizar poderosos canales de distribución para llegar al mercado objetivo, por ejemplo, en ferias internacionales, programas de mercado o los eventos que Proexport realiza en los diferentes países entre ellos Canadá, explorando nuevos mercados para exportación de servicios y productos desde Colombia, utilizando todas las estrategias publicitarias y de mercadeo antes mencionadas.
- Otras estrategias es hacer alianzas con embajadas en Canadá; especialmente la colombiana, por medio de promoción publicitaria (pancartas, vallas, imágenes, videos) para atraer clientes, contando con un asesor experto en el tema; para destacar todas las cualidades, atractivos, beneficios, calificaciones, entre otras, que lleguen a la mentalidad del consumidor y creen necesidad y poder de recordación, para llegar finalmente a la compra.
- Por la facilidad de acceso al mercado; crear como una franquicia en Canadá, en un sector estratégico, que focalice el mercado canadiense, con publicidad impactante que atraiga el mercado y no les dé posibilidad de cambiar de opción ni dudar de la compra.

- Utilizar el comercio electrónico para llegar al mercado canadiense, creando páginas con palabras claves; para que en medio de una búsqueda en internet del tema turismo; salga como primera opción turismo de salud en Colombia, con una sección de consulta virtual, con contenido actualizado, que no cansa la vista del visitante, creando la necesidad de visitar y conocer más del tema, llevando finalmente a la compra de un paquete del turismo de la salud, ya que el comercio electrónico nos ofrece un alcance global, interactividad, personalización del cliente, entre otras.
- Buscar las páginas más visitadas, como canales de televisión, periódicos, sitios visitados, cafeterías, restaurantes, revistas, sitios de búsqueda con alta frecuencia de visitas, etc., creando contactos con ellos para que en estas páginas se monten como links, imágenes o propagandas que lleven al contacto directo del turismo de salud en Colombia; que finalmente lleven con cada una de las empresas colombianas prestadoras del servicio.
- Otra estrategia a impulsar es promover a las personas que requieran realizarse tratamientos médicos en Colombia a una agencia de viajes y turismo con una gran historia y trayectoria durante años, reconocida a nivel internacional por su gran labor con el turista como lo es Aviatur que fue fundada en el año 1957 y que cuenta con 29 empresas 230 oficinas en 30 ciudades de Colombia; que tienen como objetivo satisfacer las necesidades de los clientes y que atienden segmentos específicos del mercado de acuerdo con los intereses de los turistas:
 - “Turismo deportivo, incluyendo buceo y actividades sub-acuáticas.
 - Turismo estudiantil, incluyendo programas de formación.
 - Ecoturismo y aventura
 - Turismo Cultural
 - Ferias y exhibiciones como visitantes o expositores
 - Servicios de alojamiento y hoteles
 - Eventos, convenciones
 - Servicios eco turísticos en parques naturales”

Sus programas de turismo para no residentes en Colombia cubren buena parte del territorio nacional desde la Costa Atlántica y Pacífica hasta el Amazonas, pasando por el Triángulo del Café, el centro del país y los Llanos Orientales.

Cada región con una oferta turística única y rica en cultura, gastronomía, paisajes y actividades para todos los intereses.

Los servicios de la Agencia se pueden encontrar en las siguientes ciudades: Armenia, Barrancabermeja, Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Buenaventura, Cali, Cartagena, Ciénaga, Cúcuta, Yopal, Guapi, Ibagué, Ipiales, Leticia, Manizales, Medellín, Mocoa, Montería, Neiva, Pasto, Pereira, Popayán, Riohacha, San Andrés, Santa Marta, Tunja, Valledupar, Villavicencio”. **Fuente:**(Proexport, Colombia)

Se puede destacar la labor que ha realizado esta empresa en la ciudad de Medellín, al ofrecerles a los turistas internacionales que vienen al país a realizarse procedimientos médicos planes turísticos acordes a sus preferencias y situación como por ejemplo la siguiente alternativa:

“MEDELLIN PRIMAVERAL

Día 1- Medellín

Llegada al aeropuerto José María Córdova de Rionegro, asistencia y traslado al hotel. Alojamiento. Resto del día libre.

Día 2 – Medellín

Desayuno 09.00-Visita de la ciudad con Museo de Antioquia (4 horas) 3 horas panorámicas, visitando los sitios de mayor interés, Poblado, Pueblito Paisa, Edificio Inteligente, Centro Administrativo la Alpujarra, y 1 hora para visitar el Museo de Antioquia, donde se encuentran las obras de arte y esculturas del reconocido artista antioqueño Fernando Botero.

Tarde libre para realizar opcionalmente un Tour de compras, por la capital de la moda. Visita a los principales centros comerciales, outlets o puntos de fábrica de la ciudad. Alojamiento”. **Fuente:**(Aviatur, Colombia)

Valor Agregado del trabajo para la Industria o sector

Este trabajo plantea los innumerables beneficios que trae ingresar un producto o servicio en un país con el cual tengamos Tratados de libre comercio, ya que nos ofrece mayor facilidad de acceso a mercados, nos ofrece menos barreras para promociones y dar a conocerlo, precios competitivos, además con la demanda de la población canadiense hacia este producto.

Este proyecto nos da una luz para ver y aprovechar todo el potencial colombiano para prestar este servicio, el buen nombre que se tiene en el mundo. Canadá da una iniciativa muy grande para impulsar y desarrollar totalmente el sector del turismo de la Salud en Colombia, porque al ciudadano canadiense además de ser exigente le atrae todos los sitios turísticos que posee Colombia y su Medicina en General. En este proyecto se pretendió dar a conocer el potencial tan grande y amplio del Turismo de Salud, ya que es un sector poco explorado y dinamizado, que gracias a los incentivos del Gobierno y la empresa privada está tomando impulso, es más fácil llegar a un país donde se tengan preferencia al que no, en conclusión este proyecto aporta la situación actual es que el turismo en Colombia, una breve descripción del mercado canadiense, estrategias que de una u otra forma pueden servir para profundizar y dinamizar mercado, además de los grandes beneficios que se tienen con Canadá y la gran calidad de la medicina y procedimientos estéticos y turísticos catalogados de talla internacional que prestamos en el país

HALLAZGOS

Se encontró primero que Canadá es un mercado de alto potencial para Colombia, porque es uno de los principales importadores o demandantes del turismo de la Salud en el Mundo, adicionándole que gracias a Tratado del Libre Comercio Canadá – Colombia hay preferencias arancelarias para el sector de servicios, ingresando el costo de los servicios de salud brindados a los canadienses competitivamente.

En cuanto a la calidad de los servicios médicos prestados por Colombia son de muy buena calidad, profesionalismo, seguridad, innovación, costos, entre otros, catalogándose de talla internacional en frente a países desarrollados, agregándole un sin número de instituciones en búsqueda de la acreditación internacional y se realizan todo tipo de procedimientos o especialidades sin exclusión alguno.

Por parte del estado se encontró que brinda un apoyo inigualable en busca de financiación, mercados y posibilidades de expansión, para que el turismo de la salud en Colombia sea internacionalizado y que Colombia sea catalogada como líder en servicios en Salud.

El turismo de la Salud en Colombia según el ministerio de Comercio, Industria y Turismo se ha convertido en un rubro de la economía nacional muy importante, ya que el año pasado se atendió cerca de 4.000 pacientes provenientes de otros países en calidad de turistas de salud, que dejaron más de 6 millones de dólares en ingresos al país y miles de empleos tanto directos como indirectos

Se dio ejecución y cumplimiento a todos los objetivos planteados en el trabajo presente, analizando los beneficios de TLC Colombia - Canadá en el tema servicios, los cuales ayudan a que los costos sean menores que la competencia; dando paso a creación de estrategias para resaltar las características de los servicios de salud ofrecidos por Colombia.

Un aspecto importante que se quiere resaltar a las personas que requieran realizarse algún tratamiento médicos es una de las mejores instituciones del país y de Latinoamérica, que es el Hospital Universitario San Vicente Fundación y se podría respaldar en “Medellín su alternativa en turismo de salud” **Fuente:**(Medellin, 2011-2012). “Medellín es la capital del departamento de Antioquia, y la segunda ciudad más importante de Colombia. Su área metropolitana, conformada por 10 municipios, tiene cerca de 3.5 millones de habitantes, se encuentra a 1.475 metros sobre el nivel del mar, posee una ubicación geográfica privilegiada y una gran variedad de flores que colorean el paisaje durante todo el año”. Fuente:(Medellin, 2011-2012)

La ciudad durante los últimos años ha logrado ser reconocida internacionalmente por su calidad, la alta competencia de sus clínicas e instituciones y por su liderazgo en la atención a los pacientes internacionales; que se demuestra con el liderazgo, el poder investigativo y la transformación de la ciudad y del sector.

Queremos resaltar la labor tan importante que ha venido desarrollando el Hospital Universitario San Vicente Fundación durante los últimos años para la atracción de personas que requieren tratamientos médicos, ya que de los servicios de salud más demandados según el informe realizado por “MEDELLIN Meath City, feel the confidence”. **Fuente:** (Colombia, 2011 - 2012)Que son 12:

1. Ortopedia
2. Cirugía General
3. Cirugía Bariátrica
4. Cirugía Plástica Estética
5. Cirugía Cardiovascular
6. Fertilidad
7. Oftalmología
8. Ginecología
9. Otorrinolaringología
10. Urología
11. Neurocirugía-Neurología
12. Oncología

El Hospital presta 10 de todos estos servicios, posee un alto portafolio, es un hospital privado sin ánimo de lucro que cuenta con 100 años de servicio, posee 662 camas, 267 médicos especialistas y subespecialistas, esta institución está clasificada en el puesto 18 entre los 35 mejores hospitales de Latinoamérica según la revista América Economía 2010. Posee una acreditación nacional y está en proceso de acreditación Internacional.

Esta institución brinda un acompañamiento y apoyo personalizado a todos y cada uno de sus pacientes y sus acompañantes, lo cual la define como una de las alternativas principales en todo lo relacionado con los servicios de salud.

Finalmente se halló que la modalidad seleccionada y apropiada para la exportación de servicios de Turismo de Salud, es el Consumo en el Extranjero

CONCLUSIONES

Se logró identificar los beneficios del tratado de libre comercio entre Colombia y Canadá, que tiene un amplio margen de preferencia para el sector servicios, ayudando a la facilidad de ingreso al mercado canadiense, siendo el turismo de la Salud colombiano más competitivo frente a otros países como Estados Unidos, Tailandia, India y México. Adicionalmente las relaciones Colombia – Canadá han aportado a que se faciliten las posibilidades de acceso a los dos países, creando nuevas rutas vuelos incrementando los turistas canadienses a Colombia.

Se determinó que los aspectos del tratado que más influyen en el turismo de la Salud son las preferencias arancelarias y la accesibilidad al mercado canadiense y la facilidad para ingreso y salida de los respectivos países.

Se evaluó que los beneficios que tiene el tratado de libre comercio entre Colombia y Canadá dentro del turismo de la Salud son innumerables, gracias a la investigación realizada en el desarrollo del trabajo, los beneficios más resaltados son la potencialidad del mercado canadiense; ya que son grandes cantidades de habitantes que les gusta viajar a los sitios turísticos de Colombia, creando así la oportunidad de adquirir un paquete completo que incluya procedimientos médicos que para ellos en su mismo país son muy costosos, dentro de los beneficios encontrados más para los canadienses son las innumerables instituciones médicas y la calidad de los profesionales que realizan las intervenciones quirúrgicas, la calidad de los procedimientos, los costos, entre otros. Para Colombia lo más beneficioso es el alto poder adquisitivo que tienen los canadienses, lo cual debe ser aprovechado por los oferentes de los servicios de salud ya que encontrarán un sin número de clientes, que además le gusta mucho la medicina estética y bienestar.

Se plantearon estrategias para atraer a las personas que requieran realizarse algún tratamiento médico, realzando todas y cada una de las cualidades encontradas en la investigación, ya que en Colombia hasta el Estado se involucra en el desarrollo y progreso del turismo de la salud, creando programas como el PTP y alternativas para incentivar el mismo, atrayendo al turista extranjero en especial al canadiense, así de esta manera lograr transformar el turismo de salud en Colombia con acreditaciones y hacia un sector de talla mundial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Asociación Nacional de empresario de Colombia (ANDI), Exportación Turismo de Salud Colombia (2009), disponible en http://www.andi.com.co/pages/proyectos_paginas/proyectos_detail.aspx?pro_id=186&Id=24&clase=8&Tipo=2

Cámara de Comercio de Bogotá, (2009), Gloria Stella Plazas Peralta Asesora, Centro de Negocios Internacionales. Como exportar servicios en Colombia Fijación de Precios. Disponible en: http://camara.ccb.org.co/documentos/4203_seminario_20_de_mayo.pdf.

Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia. Exportación de Servicios de Salud (2012). Disponible en: <http://www.camaramedellin.com.co/simposiointernacionaldesalud> (2012)

Revista Dinero, Turismo de Salud, (2010). Disponible en <http://www.dinero.com/caratula/edicion-impresa/articulo/turismo-salud/96660> (2012)

DR. TEOFILO JOSE RUIZ ARTETA, Colombia (2011). Disponible en: <http://toturizart.blogspot.com/2011/05/elturismo-de-salud-en-colombia.html> (2012)

Fiducoldex Fideicomiso Proexport Colombia, Vicepresidencia de Inversión Extranjera, Schalma Diaz granados Abadía, Ministerio de Comercio Industria y Turismo, Proexport Colombia (2009). Invierta en Colombia Trabajo Compromiso Ingenio, 2009. Disponible en http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/230_Sector%20Turismo%20de%20Salud%202009-09-10.pdf

Fundación Clínica Shaio. Centro y Pacientes Internacionales (2012). Disponible en <http://www.shaio.org/index>. (2012)

Grupo empresarial Las Américas Promotora Medica, Internacional (2012). Disponible en: <http://www.lasamericas.com.co/site/oficina-internacional> (2012)

Hospital Pablo Tobón Uribe. Pacientes Internacionales (2012). Disponible en <http://www.hospitalpablotobonuribe.info/> (2012)

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Informe Final, Sector Turismo de Salud (2009). Desarrollando Sectores De Clase Mundial en Colombia (2009).

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, República de Colombia (2009), Disponible: <http://www.transformacionproductiva.gov.co/Library/News/Files/20090709%20Resumen%20Ejecutivo%20Turismo%20de%20Salud.pdf311.PDF>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. República de Colombia (2009). Disponible en: “<https://www.mincomercio.gov.co/index.php>”

Proexport Colombia (2012). El ABECE del TLC Colombia Canadá (2012)

Proexport Colombia (2008). Acuerdo de Libre Comercio Canadá y la República de Colombia Texto Final (2008). Disponible en <https://www.mincomercio.gov.co/tlc/publicaciones.php?id=681>. (2012)

Proexport, Colombia (2011). Disponible en: <https://www.proexport.com>

Proexport Colombia, Rodolfo Móseres, Luis G. Restrepo, Enrique Stellabatti. Oportunidades en Tiempos de Diversificación e Innovación. (2012)

República de Colombia, Ministerios de Comercio Industria y Turismo (2012), Oficina de Estudios Económicos, Canadá (2012).

San Vicente de Paul. Centros Especializados Internacionales (2012). Disponible en: <http://www.centrosespecializados.com/site/Default.aspx?tabid=88> (2012).

Proexport, Colombia, (2012). Informe Turismo Extranjero en Colombia Disponible en: [Http://www.colombiatrade.com.co/sites/default/files/informe_proexport_turismo_extranjero_en_colombia_a_septiembre_de_2012.pdf](http://www.colombiatrade.com.co/sites/default/files/informe_proexport_turismo_extranjero_en_colombia_a_septiembre_de_2012.pdf)

Aviatur, Colombia, (2012). MEDELLIN PRIMAVERAL, Región Andina. Disponible en: <http://www.aviaturincoming.com/index.php/es/ciudades/medellin>

Proexport, Colombia, (2012) Guía para exportar servicios desde Colombia. Disponible en: <http://www.colombiatrade.com.co/por-que-exportar/guia-para-exportar-servicios>

Proexport, Colombia, (2012) Promoción de turismo, inversión y exportaciones. Guía de viajes oficial. Disponible en: <http://colombia.travel/es/turista-internacional/informacion-practica/directorio-turistico-de-colombia/Tour-operadores/Bogot%C3%A1/Aviatur-S-2EA-2E/details>

ANEXO 1

Turismo de salud (Breve Historia)

Colombia ha alcanzado reconocimientos internacionales en complejos procedimientos como trasplantes, cirugía refractiva, tratamientos cardiológicos y de cáncer, así como en el descubrimiento y uso de elementos como la válvula de Hakim. Ya varias instituciones, como la Fundación Santafé de Bogotá y la Fundación Cardiovascular de Bucaramanga, se han acreditado internacionalmente y son observadas por operadores de otros países para la prestación de servicios médicos a sus pacientes.

El potencial del sector que, de paso, jalona otras industrias, como el turismo y el transporte, hizo que el Gobierno, a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, lo considerara como uno de los sectores de clase mundial. Según esta cartera, en 2009 el país recibió US\$126 millones por cuenta del turismo de salud.

A pesar de su potencial, existen problemas de competitividad, por lo que todavía tiene un camino largo por recorrer. Según un estudio de turismo médico realizado por la consultora McKinsey, en un rango de 1 a 10, siendo 10 el peor, Colombia obtuvo un puntaje de 6. La brecha respecto a otros países radica en que no todas las instituciones están acreditadas, todavía falta infraestructura, el personal no es bilingüe y la imagen del país aún no es la más favorable.

No obstante, hay otros hechos que equilibran el indicador. Por ejemplo, Colombia es un mercado muy competitivo en precios, pues los costos de un tratamiento están entre el 25% y el 40% del valor que se registra en Estados Unidos. A su vez, los profesionales están muy bien preparados y se encuentran a la altura de los mejores del mundo. Por su parte, los tiempos de respuesta son más rápidos en Colombia que en países con sistemas de cobertura universal como Canadá, donde un paciente puede llegar a esperar hasta un año para que le programen una cirugía.

Así, la oportunidad no solo está en los clientes extranjeros que se desplazan a Colombia por su cuenta, sino también en los sistemas de salud y en las aseguradoras de otros países que, ante los menores precios y el menor tiempo de respuesta, pueden comenzar a remitir a los pacientes al país. Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo,

hay 25 instituciones en Colombia avanzadas en la atención de pacientes internacionales, con inversiones en el corto plazo por \$600.000 millones.

A su vez, Colombia cuenta con siete zonas francas de salud, con inversiones superiores a los \$400.000 millones, y están en trámite de aprobación dos más, factores que, sin duda, fortalecerán al sector en los próximos años.

Cabe resaltar que, en Medellín, donde el año pasado se inauguró el Clúster de Medicina y Odontología, se lanzó una estrategia de la Cámara de Comercio y la Alcaldía de la ciudad que busca desarrollar los sectores más dinámicos de Antioquia. Los logros que obtuvo el Clúster en 2009, en cuanto a turismo de salud se refiere, han sido muy importantes para el sector, pues diseñó herramientas clave de promoción y fortalecimiento, como el primer portafolio internacional unificado de prestación de servicios de salud, misiones internacionales con aseguradoras, facilitadoras y empleadores, capacitaciones en bilingüismo, facilitación en el proceso de acreditación de las instituciones médicas, entre otros. En 2010, cuenta con un presupuesto de \$1.500 millones para financiar actividades de fortalecimiento empresarial y cofinanciar actividades estratégicas para acceder a mercados internacionales.

Con la estrategia del Gobierno de posicionar a Colombia como un destino de turismo de salud de clase mundial se espera que en 2012 el país reciba ingresos por US\$270 millones y que en 2019 este resultado ascienda a US\$800 millones, cifra similar a la que perciben hoy México y Francia. Entre los mayores desafíos que enfrenta el sector para atraer a los extranjeros se encuentran los siguientes: superar la barrera del lenguaje, mayor inversión en infraestructura de servicios médicos y de bienestar, estandarizar el manejo de expedientes, construir más zonas francas de salud y establecer alianzas estratégicas con instituciones reconocidas a nivel mundial. Las acciones estratégicas del Gobierno y del sector privado se deberán mover entonces en esa dirección. **Fuente:** Revista Dinero (Dinero, 2010)

ANEXO 2