

PLAN COMERCIAL PARA EL CRECIMIENTO DE LAS VENTAS
INTERNACIONALES DE LA FUNDACIÓN CARDIOVASCULAR DE COLOMBIA Y
EL HOSPITAL INTERNACIONAL DE COLOMBIA.

JUAN PABLO PINTO CAMACHO

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
SECCIONAL BUCARAMANGA

2019

PLAN COMERCIAL PARA EL CRECIMIENTO DE LAS VENTAS INTERNACIONALES DE
LA FUNDACIÓN CARDIOVASCULAR DE COLOMBIA Y EL HOSPITAL
INTERNACIONAL DE COLOMBIA.

JUAN PABLO PINTO CAMACHO

Trabajo de grado para optar por el título de Administrador de Negocios Internacionales

TUTOR DE LA PRÁCTICA
HELIO ARMANDO FERNÁNDEZ ARANDA

Docente

Universidad Pontificia Bolivariana

COORDINADOR DE LA PRÁCTICA

MARIA PAULA CORNEJO

Directora Comercial de la oficina de Servicios Internacionales

Fundación Cardiovascular de Colombia y el Hospital Internacional de Colombia

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
SECCIONAL BUCARAMANGA

2019

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	9
1. PRÁCTICA EMPRESARIAL	11
1.1. Problema	11
1.1.1 Identificación del problema	11
1.1.2 Formulación del Problema	11
1.1.3 Justificación	11
1.2 Presentación.....	13
1.2.1 Objetivo General.....	14
1.2.2 Objetivo Específicos	14
1.2.3 Propuesta de valor a desarrollar	15
1.4 Cronograma de actividades	16
2. MARCO TEÓRICO	18
2.1 Turismo de salud	18
2.1.1 La importancia del turismo de salud:	19
2.1.2 Los riesgos.....	20
2.1.3 Asuntos legales	22
2.1.4 Paquetes	23
2.1.5 Oficinas de Servicios Internacionales	24
2.2 Acreditación sanitaria internacional - Joint Comission International (JCI)	25
2.3 Turismo de salud en Colombia.....	26
2.3.1 Santander	27
2.4 Fundación Cardiovascular de Colombia (FCV)	28
2.4.1 Capacidad ofertada HIC.....	29

2.4.2	Capacidad ofertada FCV	29
2.4.3	Reconocimientos.....	30
2.5	Oficina de Servicios Internacionales	30
2.5.1	Origen de los pacientes internacionales hacia la FCV:	31
2.5.2	Transporte Aéreo Medicalizado (TAM).....	32
3.	DESARROLLO DE LAS FUNCIONES DE LA PRÁCTICA	33
3.1	Análisis Financiero.....	33
3.2	Mercado(s) definidos como objetivo para el plan exportador	36
3.3	Segmentación de mercados internacionales definidos	36
3.3.1	Aseguradora estatal/sector público: Mayor volumen de pacientes.....	36
3.3.2	Aseguradoras privadas: Las entidades más influyentes en cada uno de los mercados objetivos.	38
3.4	Análisis situacional de cada país	38
3.4.1	Análisis demográfico	38
3.5	Variables críticas que afectan la demanda del servicio exportable	41
3.6	Competidores	43
3.7	Potencial de mercado estimado en cada mercado definido como objetivo	44
3.8	Condiciones de acceso	46
3.8.1	Condiciones de visado y divisas con cada país seleccionado.....	46
3.8.2	Conexiones Aéreas:.....	48
3.9	Análisis de la competencia:.....	49
4.	ESTRATEGIAS DE PENETRACIÓN EN EL MERCADO:	52
4.1	Servicios priorizados como oferta exportable:.....	52
4.2	Análisis de la oferta exportable	53
4.3	Desarrollo de potencialidades	54
4.3.1	Especialidades a potenciar	57

4.3.2	Conclusiones del análisis de especialidades	58
4.4	Estrategias de consolidación en los mercados	59
4.4.1	Priorización de servicios	59
4.4.2	Educación al paciente internacional	61
4.5	Desarrollo de la página web	63
4.5.1	Propuesta.....	64
5	Conclusiones.....	66
	Referencias	69

TABLA DE CONTENIDO ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Panorama del turismo de salud en Colombia. (Acci , 2018)	27
Ilustración 2. JCI Accreditation. (FCV JCI, 2019)	28
Ilustración 3. Capacidad ofertada HIC 2017 vs 2018. (INFORME DE SOSTENIBILIDAD FCV , n.d.).....	29
Ilustración 4. Capacidad ofertada FCV 2017 vs 2018. (INFORME DE SOSTENIBILIDAD FCV , n.d.).....	29
Ilustración 5. Reconocimientos. (INFORME DE SOSTENIBILIDAD FCV , n.d.)	30
Ilustración 6. Mapa del origen de los pacientes internacionales en 2018. (Elaboración Propia) ..	31
Ilustración 7. Análisis de productividad TAM. (INFORME DE SOSTENIBILIDAD FCV , n.d.)	32
Ilustración 8. Ventas anuales de los últimos 3 años	33
Ilustración 9. Ventas mensuales año anterior (2018).....	34
Ilustración 10. Remisión de pacientes a la FCV 2017 vs 2018.....	53
Ilustración 11.Consolidado de remision de pacientes primer semestre 2019	57
Ilustración 12. Como convertirme en un paciente internacional (Pinto, s.f.).....	61
Ilustración 13. Como convertirme en un paciente internacional (Pinto, s.f.).....	62
Ilustración 14. Como convertirme en un paciente internacional (Pinto, s.f.).....	63
Ilustración 15. Propuesta pagina web renovada (Juan Pablo Zalazar , 2019).....	65

TABLA DE CONTENIDO - TABLAS

Tabla 1. Ventas anuales de los últimos 3 años.....	33
Tabla 2. Ventas mensuales 2018.....	34
Tabla 3. Participación de las ventas internacionales sobre las ventas totales de la FCV.....	35
Tabla 4. Indicadores Financieros 2018.....	35
Tabla 5. Conexiones aéreas con Aruba.....	48
Tabla 6. Conexiones aéreas con Surinam.....	49
Tabla 7. Conexiones aéreas con San Martín.....	49
Tabla 8. Análisis de la competencia.....	52
Tabla 9. Total pacientes internacionales 2017 vs 2018.....	54
Tabla 10. Remisiones hacia la FSFB primer semestre 2019.....	55
Tabla 11. Remisiones hacia la Fundación Valle de Lili primer semestre 2019.....	56
Tabla 12. Remisiones hacia el Hospital San Ignacio primer semestre 2019.....	56
Tabla 13. Remisiones hacia el Instituto Latinoamericano de Neurología primer semestre 2019.....	56
Tabla 14. Consolidado de remisión de pacientes primer semestre 2019.....	57
Tabla 15. Consolidado especialidades a potenciar primer semestre 2019.....	57

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: Plan comercial para el crecimiento de las ventas internacionales de la Fundación Cardiovascular de Colombia y el Hospital Internacional de Colombia

AUTOR(ES): JUAN PABLO PINTO CAMACHO

PROGRAMA: Facultad de Administración de Negocios Internacionales

DIRECTOR(A): HELIO ARMANDO FERNÁNDEZ ARANDA

RESUMEN

El desarrollo de un plan comercial para la Oficina de Servicios Internacionales de la FUNDACIÓN CARDIOVASCULAR DE COLOMBIA (FCV) busca identificar, seleccionar y potencializar esos mercados donde actualmente la FCV ha tenido gran acogida, fidelizando no solo al cliente directo sino también a las aseguradoras regionales, las cuales toman gran parte en la decisión en cuanto a remisión del paciente se refiere, para que sean tratados en Colombia, proceso que va desde la atracción hasta la educación y el acompañamiento de cada uno de los pacientes y sus acompañantes, logrando incrementar su llegada al país, ofreciendo un servicio de alta calidad que posicione a Bucaramanga y su área metropolitana como un destino internacional en salud.

PALABRAS CLAVE:

Fundación Cardiovascular, Plan comercial, Paciente internacional, Aseguradoras, Remisión, Destino internacional

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: Commercial plan for the growth of international sales of Fundación Cardiovascular de Colombia and Hospital Internacional de Colombia

AUTHOR(S): JUAN PABLO PINTO CAMACHO

FACULTY: Facultad de Administración de Negocios Internacionales

DIRECTOR: HELIO ARMANDO FERNÁNDEZ ARANDA

ABSTRACT

The development of a commercial plan for the International Services Office of the FUNDACIÓN CARDIOVASCULAR DE COLOMBIA (FCV) seeks to identify, select and potentiate those markets where the FCV has now been very well received, loyalty not only to the direct client but also to regional insurers , which take a large part in the decision regarding patient remission refers, for them to be treated in Colombia, a process that goes from attraction to education and the accompaniment of each patient and their companions, managing to increase their Arrival in the country, offering a high quality service that positions Bucaramanga and its metropolitan area as an international health destination.

KEYWORDS:

Fundación Cardiovascular, Commercial Plan, International Patient, Insurers, Referral, International Destination

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

INTRODUCCIÓN

Las prácticas profesionales o pasantías para todas las carreras, constituyen en tareas y funciones desarrolladas por estudiantes, con la finalidad de hacer un primer acercamiento de lo que será su ambiente laboral, a partir del cual podrán combinar todos sus conocimientos adquiridos junto a sus habilidades propias para convertirse en piezas fundamentales de las entidades en las que están participando.

Actualmente estoy realizando mi práctica comercial en las oficinas de servicios internacionales de la Fundación Cardiovascular de Colombia (Instituto Cardiovascular ICV y el Hospital Internacional de Colombia HIC). La oficina de servicios internacionales funciona exclusivamente para brindarle un acompañamiento y la atención preferencial del paciente internacional, su familia y su respectiva aseguradora. Provee un servicio especializado de asistencia, que va desde la traducción para todos los pacientes internacionales que así lo requieran, contacto constante con médicos y enfermeras que llevaran paso a paso su caso y se encargaran de guiarlo durante su tiempo de estancia, apoyo logístico y de aduanas y todo el proceso en Bucaramanga hasta su respectivo regreso a su lugar de origen.

El objeto base de esta práctica se basa en brindar un apoyo administrativo, financiero y comercial dentro de la oficina de servicios internacionales, de la Fundación Cardiovascular de Colombia (FCV) y el Hospital Internacional de Colombia (HIC) a través del desarrollo de un plan comercial que ayudara a identificar, determinar y comprender las factores clave que la FCV y el HIC poseen para satisfacer la demanda creciente de los servicios de salud.

1. PRÁCTICA EMPRESARIAL

1.1. Problema

1.1.1 Identificación del problema

Como oportunidad se plantea la posibilidad de elaborar un plan estratégico que direcciona de manera adecuada los recursos y esfuerzos que realizan los integrantes de la oficina de servicios internacionales en la consecución de objetivos y el aumento de la remisión de pacientes internacionales hacia Santander como un destino turístico en salud para así aprovechar al máximo la creciente demanda y consolidar el departamento de manera atractiva apoyando no solo al sector sino también a la región.

1.1.2 Formulación del Problema

¿Será posible que la Fundación Cardiovascular de Colombia con el diseño de un plan comercial internacional adecuado pueda llegar a incrementar sus ventas a nivel internacional logrando de esta manera no solo atraer nuevo pacientes internacionales que se quieran tratar en nuestro país si no también conservar los clientes ya existentes con estrategias de fidelización que permitan a la FCV tener un reconocimiento aun mayor como una clínica capaz de atender cualquier patología bajo los más altos estándares de calidad y posicionando a su vez el departamento de Santander como destino turístico en el país.

1.1.3 Justificación

Existe la realización de prácticas de negocios, donde el estudiante aprovecha la oportunidad para aplicar todo el conocimiento obtenido en el proceso de formación

académica para desarrollarse en el medio; desarrollo que no solo contribuye al estudiante y al programa, sino también a la empresa en la que se llevan a cabo estas prácticas; Este es un proceso constructivo y enriquecedor para los estudiantes, que se prepara para el mundo laboral al que se enfrentarán.

El proceso de realización de las prácticas en la Administración de Negocios Internacionales ofrece una oportunidad al estudiante de aplicar todo el conocimiento obtenido durante su proceso de formación académica para poder desarrollarse como un profesional altamente calificado; cabe resaltar que este desarrollo contribuye también a la empresa en la que se llevan a cabo las practicas , este proceso constructivo y enriquecedor aporta día a día nuevos profesionales con mayor competencia y calificación.

La oficina de servicios internacionales de la Fundación Cardiovascular de Colombia ofrece pasantías que permiten poner en práctica todos los conocimientos adquiridos durante el desarrollo de la carrera, sumado a esto el aprendizaje constante y continuo de nuevos conocimientos, la gestión de diferentes herramientas esenciales en la vida de un negociador y el desarrollo de actividades gerenciales y administrativas.

Esta oficina cuenta con un equipo altamente calificado y que desempeña sus labores dentro de la institución de manera eficaz, a su vez, generan un ambiente de trabajo adecuado y propicio para el aprendizaje, consolidando responsabilidades y conocimientos en pro de un servicio de calidad internacional a los pacientes que día a día frecuentan la oficina.

La estrategia de direccionamiento de la FUNDACIÓN CARDIOVASCULAR de COLOMBIA es el punto de partida para una formulación sostenible del plan comercial el cual ira enmarcado sobre la idea del crecimiento institucional, propuesto para que a su vez diagnostique la situación del sector, su oferta y demanda y la estipulación de indicadores para dar seguimiento a la ejecución del plan.

La razón principal para la formulación del plan de mercadeo internacional es incrementar el alcance de la FUNDACIÓN CARDIOVASCULAR de Colombia , incursionar en nuevos mercados y disminuir los riesgos, alcanzando nuevas aseguradoras y pacientes en general que permitan generar mayores ingresos a la FCV. Además, la infraestructura de la nueva sede de la FUNDACIÓN CARDIOVASCULAR DE COLOMBIA en el Hospital Internacional (Zona Franca Permanente Especial en salud) está diseñada junto a la del Instituto Cardiovascular de Colombia para brindar servicios internacionales en salud, contando ambos hospitales con acreditación internacional Joint Commission, certificándolos bajo los más altos estándares de calidad a nivel de entidades prestadoras de servicios de salud.

Es por esto, que el desarrollo de este plan comercial internacional se considera un aporte de vital importancia para el desarrollo continuo e integral de la FUNDACIÓN CARDIOVASCULAR DE COLOMBIA, buscando satisfacer las necesidades de una creciente industria a nivel mundial, el turismo de Salud.

1.2 Presentación

Plan comercial para el crecimiento de las ventas internacionales de la fundación cardiovascular de Colombia y el hospital internacional de Colombia.

1.2.1 Objetivo General

Diseñar un plan comercial internacional que permita incrementar la exportación de servicios de salud y con esto las ventas de la oficina de servicios internacionales de la FUNDACIÓN CARDIOVASCULAR DE COLOMBIA y el HOSPITAL INTERNACIONAL DE COLOMBIA.

1.2.2 Objetivo Específicos

1. Consolidar una base de datos de contactos clave y aseguradoras a nivel internacional con el fin de sentar las bases para la creación de convenios que permitan la remisión de pacientes del exterior hacia la FUNDACIÓN CARDIOVASCULAR DE COLOMBIA
2. Construir las investigaciones de mercados a los clientes potenciales y de interés para la FUNDACIÓN CARDIOVASCULAR DE COLOMBIA.
3. Definir la segmentación de clientes y estrategias de obtención que más se ajuste al país y al mercado.
4. Elaborar una guía detallada para los pacientes internacionales y sus acompañantes que permita mostrar y dar a conocimiento del público extranjero los servicios que ofrece la Fundación Cardiovascular de Colombia y el Hospital Internacional de Colombia.
5. Analizar las fortalezas y debilidades de la FUNDACIÓN CARDIOVASCULAR

DE COLOMBIA y de sus posibles competidores, así como las especialidades de mayor incidencia para detectar puntos a potenciar.

1.2.3 Propuesta de valor a desarrollar

La oficina de servicios internacionales ha ido creciendo desde su creación, adaptándose constantemente a las exigencias del mercado y apoyando de manera considerable la gestión financiera de la Fundación Cardiovascular de Colombia; sin embargo, con la aparición de nuevos competidores esta ha venido perdiendo terreno y es ahí donde la labor de los negociadores internacionales toma fuerza y se convierte en un factor determinante.

La oficina en su deseo de seguir llevando una atención de alta calidad a quien lo requiera en cualquier parte del mundo establece un plan estratégico que le permite sobresalir y tomarse una ventaja significativa frente a sus competidores tanto nacional como internacionalmente.

La propuesta que va desde el posicionamiento de Santander como un destino de salud hasta el re direccionamiento de su página web , con un aporte grande en mercadeo y publicidad buscando detectar nuevos mercados, posicionar los propios y abrirse paso a nivel de reconocimiento como institución única en su clase por su servicio de alta calidad.

1.3 Funciones a desarrollar

- Elaborar planes de mercadeo internacional para la exportación de los servicios médicos en nuevos mercados.
- Apoyar en el servicio de acompañamiento, orientación y coordinación logística de los

pacientes y sus acompañantes durante su proceso de estadía.

- Actualizar periódicamente la base de datos de contactos del departamento de servicios internacionales.
- Apoyar los procesos de cotización de los servicios médicos de pacientes internacionales.
- Actualizar periódicamente la facturación y ventas.
- Llevar actas de las reuniones de la Oficina Internacional.
- Apoyar en las diversas funciones administrativas.
- Apoyar y participar en agendas comerciales.

1.4 Cronograma de actividades

Fecha Inicio : 12/02/2019 Fecha Final : 12/02/08	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGT
ACTIVIDADES							
Proceso de adaptación: Conocer el funcionamiento de la Oficina de servicios internacionales y las actividades que tendré que realizar durante el tiempo de práctica, proceso de adaptación.							
Planteamiento de la propuesta para el desarrollo del plan comercial.							
Reunión de información de la FCV con el objetivo de elaborar el perfil de la empresa							
Presentación del anteproyecto tanto a la FCV como a la UPB.							
Construcción de la oferta exportable de los servicios de salud de la FCV.							
Realización del informe de avance 1 para la UPB.							
Elaboración y análisis del mercado existente							
Elaboración de los perfiles países objetivo.							

Análisis de las tendencias de compra y consumo en los servicios asistenciales. Determinación de la demanda potencial								
Realización del informe de avance 2 para la UPB.								
Identificación de los competidores a través del Benchmarking nacional e internacional.								
Segmentación del mercado objetivo y elaboración de la estrategia de penetración al mercado objetivo.								
Realización del informe final para la UPB.								
Revisión de las respectivas correcciones dadas por el tutor de práctica asignado por la UPB.								
Sustentación del plan comercial internacional a la oficina de servicios internacionales del FCV.								
Presentación del trabajo de grado en la Universidad Pontificia Bolivariana								

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Turismo de salud

Viajar por la salud y el bienestar es uno de los patrones turísticos más importantes de los retornos económicos generados por la industria del turismo, los destinos turísticos y el sector de la salud.

El turismo de salud se simplifica en las personas que viajan a un país distinto al suyo para obtener tratamiento médico.

En el pasado, esto generalmente se refería a aquellos que viajaban desde países menos desarrollados a centros médicos importantes en países altamente desarrollados para recibir tratamientos no disponibles en su país de origen. Sin embargo, en los últimos años también puede referirse a aquellos de países desarrollados que viajan a países en desarrollo para recibir tratamientos médicos de menor precio. La motivación también puede ser por servicios médicos no disponibles o sin licencia en el país de origen: existen diferencias entre las agencias médicas de todo el mundo, ya sea que un medicamento esté aprobado en su país o no. Incluso dentro de Europa, aunque los protocolos de terapia pueden ser aprobados por la Agencia Médica Europea (EMA), varios países tienen sus propias organizaciones de revisión para evaluar si el mismo protocolo de terapia sería "rentable", de modo que los pacientes enfrentan diferencias en los protocolos de terapia, particularmente en el acceso de medicamentos, lo que podría explicarse en parte por la fortaleza financiera del Sistema de Salud en particular (Medical Tourism, 2017)

Este turismo medico más a menudo es para cirugías (estéticas o no) o tratamientos similares, aunque las personas también viajan para turismo dental o turismo de fertilidad. Las personas con enfermedades raras pueden viajar a países donde se comprende mejor el tratamiento. Sin embargo, casi todos los tipos de atención médica están disponibles, incluyendo psiquiatría, medicina alternativa, atención de convalecencia e incluso servicios de entierro. (Medical Tourism, 2017)

2.1.1 La importancia del turismo de salud:

El turismo de salud tiene muchos beneficios para los enfermos específicos y las personas sanas que acompañan a los enfermos.

Estos beneficios son, con su importancia para el turista:

- Los precios razonables: los programas y productos de turismo de salud y bienestar brindan servicios médicos y de salud a precios más bajos, ya que una serie de servicios médicos, de salud y turísticos se brindan con tarifas de paquete que incluyen una tarifa plana y un descuento, además de la capacidad del beneficiario para elegir los servicios en Precios asequibles de múltiples opciones en diferentes países. (SCTH.GOV, n.d.)
- Calidad y cantidad: los operadores turísticos buscan instituciones médicas y de salud con certificados de calidad internacionales, adoptando estándares locales e internacionales. (SCTH.GOV, n.d.)

- Disponibilidad de la última tecnología médica: las instalaciones médicas que participan en los programas de salud y bienestar del turismo aseguran la disponibilidad y el uso de la tecnología moderna en sus servicios, ya que se preocupan por participar en el turismo de salud y cubrir el exceso de potencial en aquellos servicios que involucran alta tecnología. (SCTH.GOV, n.d.)
- Servicios personales: La disponibilidad de servicios y programas personales por parte de los participantes en el programa, además de asignar personal especializado en estas instituciones para que sean responsables de cumplir con los requisitos de los turistas. (SCTH.GOV, n.d.)
- Sin esperas: los programas de salud y bienestar buscan brindar servicios turísticos a los pacientes sin tener que esperar, a través de la organización de una fecha predefinida para que las instituciones los respeten como parte del contrato entre ellos y los operadores turísticos. (SCTH.GOV, n.d.)

2.1.2 Los riesgos

El turismo médico conlleva algunos riesgos que la atención médica provista localmente no conlleva o conlleva en mucho menor grado.

Algunos países, como Sudáfrica o Tailandia, tienen epidemiología relacionada con enfermedades infecciosas muy diferente a Europa y América. La exposición a enfermedades sin haber acumulado inmunidad natural puede ser un riesgo para personas debilitadas, específicamente con respecto a enfermedades gastrointestinales (por ejemplo, hepatitis A, disentería amebiana, paratifoideas) que podrían debilitar el progreso y exponer al paciente a enfermedades transmitidas por mosquitos, influenza y tuberculosis. Sin embargo, debido a que las enfermedades en las naciones tropicales pobres abarcan toda la gama, los médicos parecen estar más abiertos a la posibilidad de considerar cualquier enfermedad infecciosa, incluido el VIH, la tuberculosis y la fiebre tifoidea, mientras que en Occidente hay casos en los que los pacientes fueron diagnosticados de forma sistemática durante años porque tales enfermedades son percibidas como "raras" en Occidente. (Medical Tourism, 2017)

La calidad de la atención post-operatoria también puede variar dramáticamente, según el hospital y el país, y puede ser diferente de las normas estadounidenses o europeas. Además, viajar largas distancias poco después de la cirugía puede aumentar el riesgo de complicaciones. Los vuelos largos y la disminución de la movilidad asociada con los asientos de la ventana pueden predisponer a desarrollar trombosis venosa profunda y potencialmente una embolia pulmonar. Otras actividades de vacaciones también pueden ser problemáticas, por ejemplo, las cicatrices pueden volverse más oscuras y notorias si se queman al sol mientras se curan.

La Organización Mundial de la Salud ha reconocido las diferencias en los estándares de los proveedores de atención médica en todo el mundo, y en 2004 lanzó la Alianza Mundial para la Seguridad del Paciente. Este organismo ayuda a los hospitales y al gobierno de todo

el mundo a establecer políticas y prácticas de seguridad del paciente que pueden ser particularmente relevantes al brindar servicios de turismo médico. (Medical Tourism, 2017)

Si hay complicaciones, es posible que el paciente deba permanecer en el país por más tiempo de lo previsto o si ha regresado a su hogar, no tendrá fácil acceso a la atención de seguimiento.

Los pacientes a veces viajan a otro país para obtener procedimientos médicos que los médicos de su país de origen se niegan a realizar porque creían que los riesgos del procedimiento superan los beneficios. Dichos pacientes pueden tener dificultades para obtener un seguro (público o privado) que cubra los costos médicos de seguimiento en caso de que surjan las temidas complicaciones. (Medical Tourism, 2017)

2.1.3 Asuntos legales

Recibir atención médica en el extranjero puede exponer a los pacientes internacionales a problemas legales desconocidos. La naturaleza limitada de los litigios en varios países es una razón para la accesibilidad de la atención en el extranjero. Si bien algunos países que actualmente se presentan a sí mismos como destinos turísticos de turismo médico atractivos ofrecen algún tipo de recurso legal para la negligencia médica, estas vías legales pueden no ser atractivas para el turista médico. En caso de que surjan problemas, es posible que los pacientes no estén cubiertos por un seguro personal adecuado o que no puedan obtener una compensación por juicios por mala práctica. Los hospitales y / o médicos en algunos países pueden no poder pagar los daños financieros otorgados por un tribunal a un paciente que los

ha demandado, debido a que el hospital y / o el médico no poseen la cobertura de seguro y / o la indemnización médica adecuadas. (Medical Tourism, 2017)

También pueden surgir problemas para los pacientes que buscan servicios que son ilegales en su país de origen. En este caso, algunos países tienen jurisdicción para procesar a sus ciudadanos una vez que han regresado a sus hogares o, en casos extremos, a arrestos y procesamientos extraterritoriales. En Irlanda, especialmente, en los años 80 y 90 hubo casos de jóvenes víctimas de violación a las que se les prohibió viajar a Europa para obtener abortos legales. En última instancia, el Tribunal Supremo de Irlanda anuló la prohibición; Ellos y muchos otros países han creado desde enmiendas del "derecho a viajar"

2.1.4 Paquetes

El éxito de los paquetes de turismo de salud requiere el cuidado de la institución médica participante y su adopción de acuerdo con los siguientes criterios:

- Los paquetes deben estar dentro de un programa de turismo integral, que incluya el tratamiento y otros servicios como viajes, alojamiento, transporte y programas de turismo para los pacientes y sus acompañantes. (SCTH.GOV, n.d.)
- La asignación de una persona o departamento en las instituciones médicas como responsable de la administración del programa , el cual se encargara de todo el proceso financiero y logístico, así como de asegurarse que el paciente reciba una atención de la más alta calidad . (SCTH.GOV, n.d.)

- Creación de un sitio web para la institución explicando su potencial y servicios.
- Participación en la comercialización de los programas de salud en exposiciones y eventos especializados.
- Proporcionar un programa de evaluación y monitoreo para mejorar los servicios a los pacientes internacionales.
- Concertación de acuerdos entre las partes participantes mediante contratos obligatorios (instituciones médicas – aseguradoras).

2.1.5 Oficinas de Servicios Internacionales

Las Oficinas de Servicios Internacionales (OSI) juegan un papel importante a la hora de:

- Trabajar con las instituciones médicas y de salud para diseñar servicios y programas atractivos para los pacientes internacionales y sus acompañantes.
- Estudiar las necesidades del mercado objetivo.
- Aumentar el número de viajes y programas relacionados con el turismo de salud y bienestar, promoviendo la satisfacción y la comodidad del paciente durante su viaje a través de programas y servicios predeterminados y que lleguen a mercados que son inalcanzables por las instituciones médicas. (SCTH.GOV, n.d.)

- Proporcionar todos los servicios requeridos en un solo paquete, que es comercializable y tiene mayor atractivo que los servicios individuales cuando se ofrecen por separado. (SCTH.GOV, n.d.)

2.2 Acreditación sanitaria internacional - Joint Commission International (JCI)

La acreditación internacional de atención médica es el proceso de certificación de un nivel de calidad para los proveedores y programas de atención médica en varios países. Las organizaciones internacionales de acreditación de atención médica certifican una amplia gama de programas de atención médica como hospitales, centros de atención primaria, transporte médico y servicios de atención ambulatoria. Hay una serie de esquemas de acreditación disponibles en diferentes países del mundo. (JCI 2019, n.d.)

En los Estados Unidos, el grupo de acreditación Joint Commission International (JCI) se formó en 1994 para brindar servicios de consultoría y educación a clientes internacionales. En la actualidad, muchos hospitales internacionales consideran que obtener la acreditación internacional es una forma de atraer a pacientes estadounidenses. (Medical Tourism, 2017)

Joint Commission International es un familiar de la Joint Commission en los Estados Unidos. Ambos son organizaciones sin fines de lucro del sector privado independiente al estilo de los Estados Unidos que desarrollan procedimientos y estándares reconocidos nacional e internacionalmente para ayudar a mejorar la atención y la seguridad del paciente. Trabajan con hospitales para ayudarles a cumplir con los estándares de la Comisión Conjunta

para la atención de pacientes y luego acreditan a los hospitales que cumplen con los estándares. (JCI 2019, n.d.)

Los diferentes esquemas internacionales de acreditación de atención médica varían en calidad, tamaño, costo, intención y la habilidad e intensidad de su comercialización. También varían en términos de costo para los hospitales y las instituciones de salud que los utilizan. (Medical Tourism, 2017)

2.3 Turismo de salud en Colombia

Colombia como país ha ganado gran reconocimiento internacional en términos de salud, debido a sus competitivos costos y la calidad del servicio. Aproximadamente en Colombia un procedimiento medico cuesta de 10% a 35% menos que en Estados Unidos (Portafolio , 2018)

Sumado a esto, la extensión de Iva en procedimientos médicos para extranjeros han atraído a un gran número de pacientes internacionales, los cuales según el ministerio de Turismo, Comercio e Industria, acerca de 50,000 viajan a Colombia para ser atendidas. (El Espectador , 2018)

Colombia ofrece una gran cantidad de hospitales y clínicas certificadas. Cuatro de sus centros médicos se ubican entre los mejores 10 de Latinoamérica. La calidad de los médicos y los precios bajos en los procedimientos hacen del país uno de los más deseados por todas las personas que están en búsqueda de operaciones medicas (Colombia. travel , 2019)

La cardiología es la especialidad médica en la que más pacientes internacionales llegan al país, según los datos de Andi. Los visitantes de Aruba y los Estados Unidos son los más comunes para practicar procedimientos médicos en Colombia



Ilustración 1. Panorama del turismo de salud en Colombia. (Acci, 2018)

2.3.1 Santander

Los servicios médicos ofrecidos por en el departamento de Santander, Colombia lo han convertido en uno de los destinos preferidos por los pacientes internacionales que desear realizarse algún tratamiento médico a precios competitivos y respaldados por la confianza y seguridad que generan los altos estándares de calidad.

Santander como destino de salud ha ganado un gran atractivo, especialmente para países como Surinam, Aruba, Ecuador, Curazao, St. Martin, Holanda, Panamá, Trinidad y Tobago, Estados Unidos, Inglaterra y Alemania, que por conveniencia en la ubicación y la alta capacidad de los profesionales en salud junto con el desarrollo tecnológico se convierten en un paquete completo si a esto le sumamos los precios competitivos que el departamento tiene para ofrecer. (ProColombia , 2017)

2.4 Fundación Cardiovascular de Colombia (FCV)

La Fundación Cardiovascular de Colombia (FCV) es uno de los complejos médicos más importantes de Colombia y uno de los más importantes de América Latina. Se ubica en el nivel cuatro de complejidad, es la primera institución en el país acreditada por la Joint Commission International, un sello que respalda los altos estándares de calidad certificada, que actualmente ocupa el tercer lugar según el ranking de la revista América Economía. Complejo a nivel nacional con uno de los mejores modelos de experiencia del paciente, con una relación cercana, la prestación de servicios altamente complejos, instalaciones modernas, equipos de última generación, un equipo médico compuesto por profesionales especializados en todos los campos de Medicina. Una cartera integral de servicios que garantiza tratamientos clínicos de primera clase al mejor costo. Además, es un importante Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico en el ámbito regional, nacional e internacional. (FCV QS, 2017)



Fundación Cardiovascular de Colombia - Instituto del Corazón. Primera institución en Colombia acreditada por la Joint Commission International - "Hospital Program". "Gold Seal of ApprovalSM" es una marca registrada propiedad de Joint Commission International y se utiliza con permiso.

Ilustración 2. JCI Accreditation. (FCV JCI, 2019)

2.4.1 Capacidad ofertada HIC

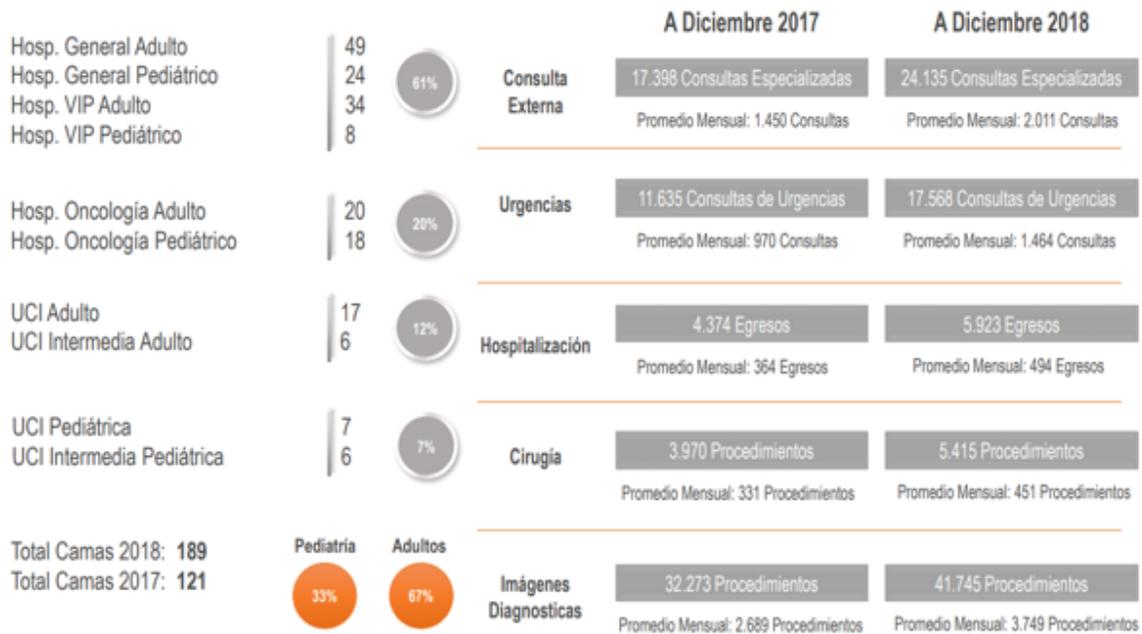


Ilustración 3. Capacidad ofertada HIC 2017 vs 2018. (INFORME DE SOSTENIBILIDAD FCV , n.d.)

2.4.2 Capacidad ofertada FCV

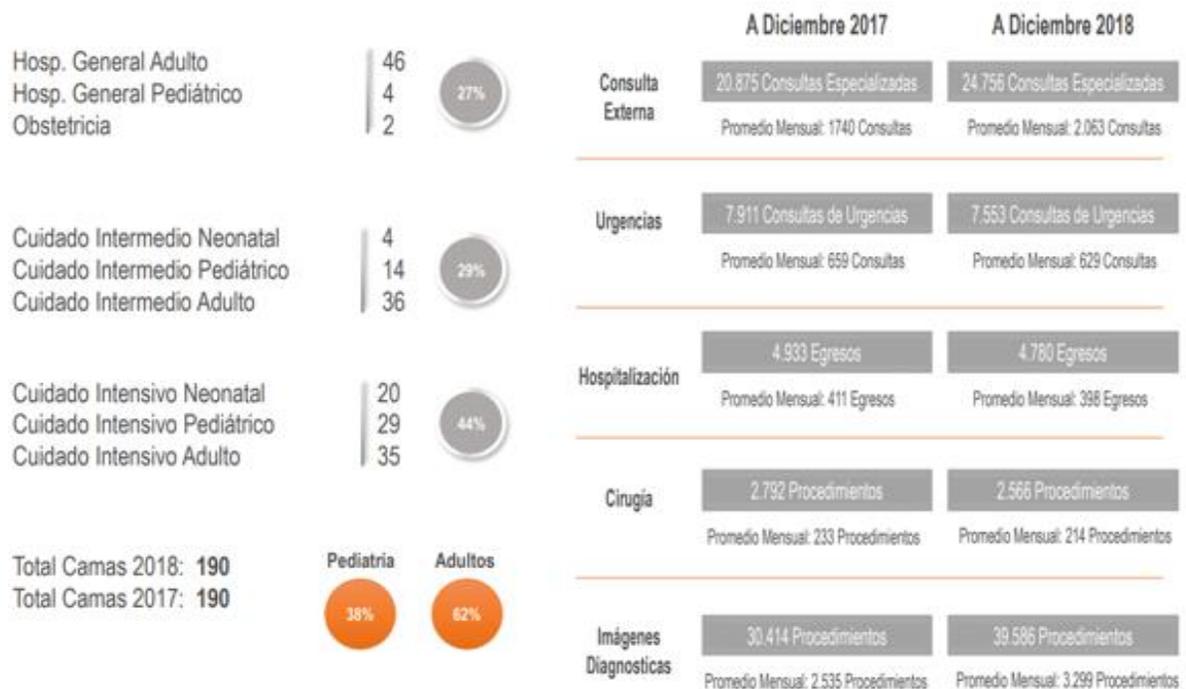


Ilustración 4. Capacidad ofertada FCV 2017 vs 2018. (INFORME DE SOSTENIBILIDAD FCV , n.d.)

2.4.3 Reconocimientos

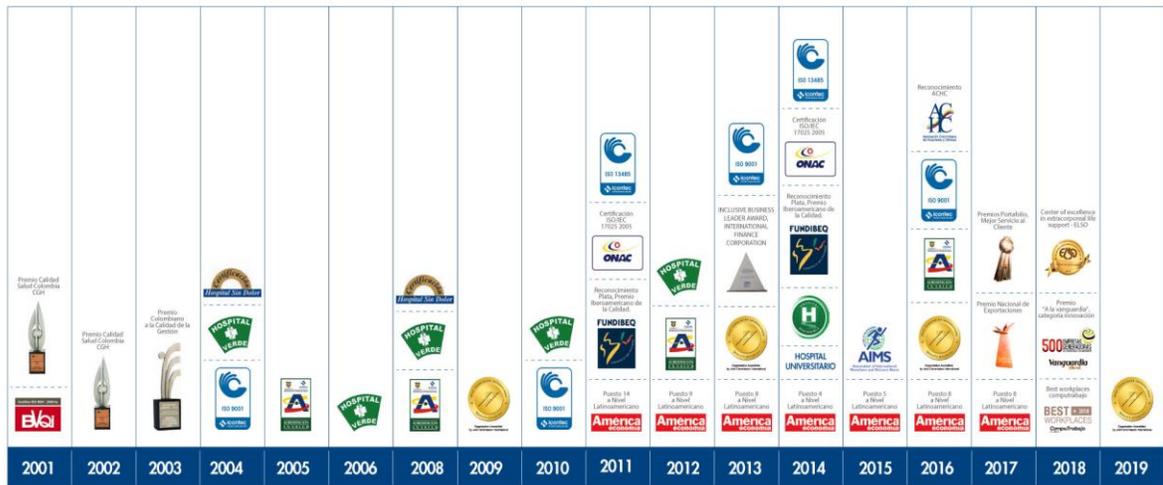


Ilustración 5. Reconocimientos. (INFORME DE SOSTENIBILIDAD FCV, n.d.)

2.5 Oficina de Servicios Internacionales

Durante más de 14 años la oficina de Servicios internacionales ha brindado atención integral a los pacientes internacionales y sus acompañantes durante su tratamiento médico y estadía en el departamento de SANTANDER.

La oficina de Servicios internacionales ofrece atención especializada a los pacientes y sus acompañantes durante todo su ciclo de tratamiento, el cual comienza desde el primer contacto con la oficina y continúa con el proceso de llegada al país y su estadía en la ciudad, hasta el retorno al país de origen; a su vez ofrece asesoramiento las 24 horas del día, los 7 días de la semana en diferentes servicios a través de un equipo multidisciplinario altamente calificado. Estos servicios están regulados y avalados por los más altos estándares de calidad y regidos por criterios de excelencia, innovación y sentido social en pro de los pacientes. (FCV INTERNATIONAL, 2019)

2.5.1 Origen de los pacientes internacionales hacia la FCV:



Ilustración 6. Mapa del origen de los pacientes internacionales en 2018. (Elaboración Propia)

La Fundación Cardiovascular de Colombia lleva 14 años recibiendo pacientes internacionales de diferentes países, ubicando a Santander como un destino de salud bastante atractivo y llamando la atención como una de las mejores clínicas a nivel Latinoamérica.

Aruba remite aproximadamente 1000 pacientes al año al exterior. Actualmente la Fundación Cardiovascular de Colombia recibe la gran mayoría en Cardiología, especialidad que representa aproximadamente el 45% de los pacientes remitidos. Además de esto, se reciben pacientes de diferentes especialidades pero consolidando con gran fuerza la importancia de la FCV para el caribe. También se reciben pacientes de Curazao, St. Martin, Trinidad y Tobago, entre otros.

Ecuador ha venido tomando fuerza en la remisión de pacientes en los últimos meses posicionando además América Latina como un gran emisor hacia Santander, Venezuela ha venido disminuyendo la remisión debido a la situación política y económica del país. Sumado a esto Surinam remite gran cantidad de pacientes, La mayoría han sido de cardiología o

cardiología pediátrica, siendo estos en conjunto los principales países en enviar pacientes internacionales hacia la Fundación Cardiovascular de Colombia.

2.5.2 Transporte Aéreo Medicalizado (TAM)

La Fundación Cardiovascular de Colombia es la única entidad clínica en el país en contar con un Transporte Aéreo Medicalizado (TAM) que tenga disponibilidad de transporte ayudado por el sistema de oxigenación por membrana extra corpórea (ECMO), convirtiéndolo en un gran aliado a la hora de decidir la entidad prestadora del servicio. (FCV TAM , n.d.)

Ofreciendo un Transporte aéreo especializado de pacientes que requieren asistencia altamente compleja.

Rapidez en la prestación del servicio. Disponibilidad 24 horas, 7 días a la semana. (FCV TAM , n.d.)

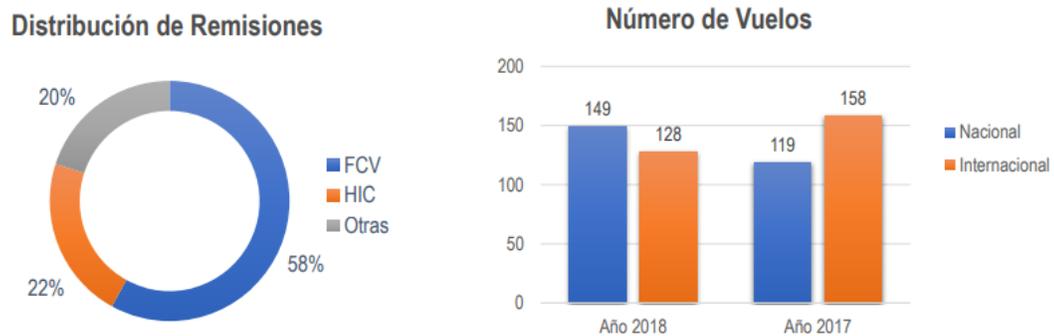


Ilustración 7. Análisis de productividad TAM. (INFORME DE SOSTENIBILIDAD FCV , n.d.)

3 DESARROLLO DE LAS FUNCIONES DE LA PRÁCTICA

3.1 Análisis Financiero.

Ventas anuales de los últimos 3 años expresadas en pesos (COP)

Año	2016	2017	2018
Ventas anuales	\$ 167.892.791.701	\$ 217.558.845.203	\$ 259.770.074.488

Tabla 1. Ventas anuales de los últimos 3 años

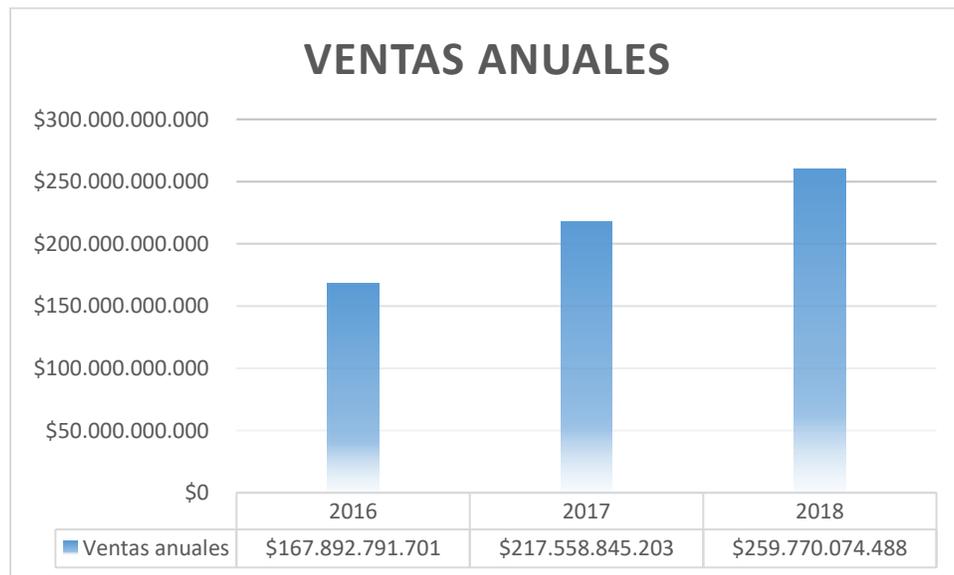


Ilustración 8. Ventas anuales de los últimos 3 años

Anualmente se incrementan las ventas aproximadamente en un 20% demostrando la gestión y aporte que la Oficina de Servicios Internacionales hace a la Fundación Cardiovascular de Colombia y consolidando aún más la idea del turismo de salud como propuesta de desarrollo sostenible apoyándose en un servicio de alta calidad.

Ventas mensuales del año 2018 expresadas en pesos (COP)

Ventas mensuales año 2018	
ENERO	\$ 17.281.317.906
FEBRERO	\$ 20.188.920.084
MARZO	\$ 20.518.376.939
ABRIL	\$ 24.155.983.557
MAYO	\$ 28.129.482.266
JUNIO	\$ 22.889.495.889
JULIO	\$ 22.481.526.167
AGOSTO	\$ 24.096.105.714
SEPTIEMBRE	\$ 21.535.977.577
OCTUBRE	\$ 21.012.936.975
NOVIEMBRE	\$ 17.298.132.198
DICIEMBRE	\$ 20.181.819.215

Tabla 2. Ventas mensuales 2018

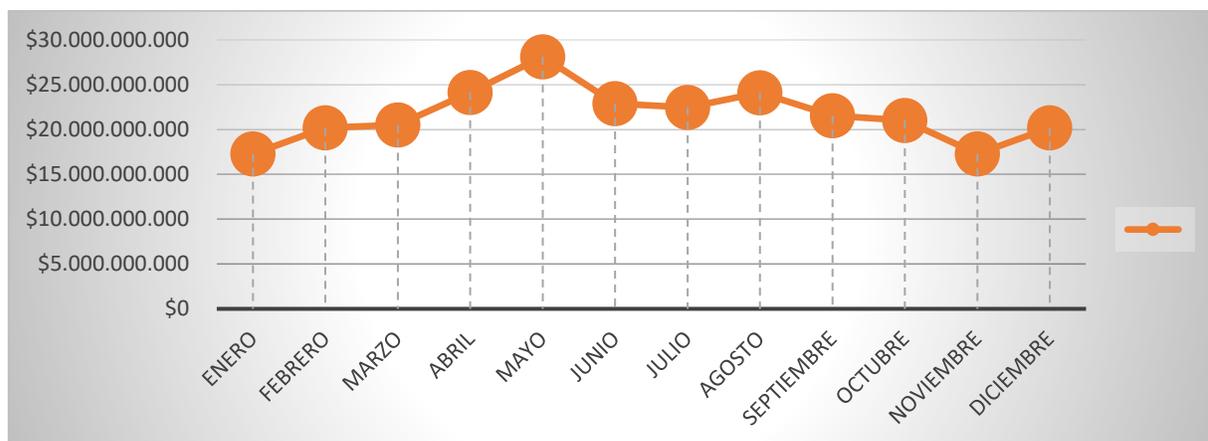


Ilustración 9. Ventas mensuales año anterior (2018)

En cuanto a las ventas mensuales reportadas en el año inmediatamente anterior (2018) detectamos el comportamiento normal de mercado con picos correspondientes a tendencias estacionarios y dando respuesta al mercado propio de cada país, dentro de los cuales juegan papeles importantes las ferias y fiestas en donde cada paciente prefiere dejar a un lado su tratamiento médico por pasarlo con su familia, sin embargo luego del paso de estas temporadas se puede evidenciar el crecimiento o aumento de la llegada de los pacientes a recibir sus respectivos tratamientos médicos.

Participación de ventas internacionales sobre las ventas totales	18,77%
---	--------

Tabla 3. Participación de las ventas internacionales sobre las ventas totales de la FCV

Indicadores financieros 2018	
Capital de trabajo	\$ 25.924.955
Nivel de endeudamiento	52%
Rotación de capital de trabajo	0,54
Margen operacional de utilidad	6%

Tabla 4. Indicadores Financieros 2018

Se puede observar gran solidez en la Fundación Cardiovascular de Colombia muy apoyado por la Oficina de Servicios Internacionales, la cual representa una participación del 18.77%

Sin embargo se debe trabajar en el margen operacional de utilidad y buscar alternativas para la mejora de este rubro que permitirá a la Fundación re invertir sus ingresos y mantenerse a lo largo del tiempo.

3.2 Mercado(s) definidos como objetivo para el plan exportador

Los mercados definidos en este plan exportador son Surinam, Aruba y St. Marteen ; cabe resaltar que estos no son mercados nuevos para la Fundación Cardiovascular de Colombia, estos mercados actualmente remiten pacientes a Colombia a diferentes clínicas como la Santa Fe de Bogotá, Valle de Lili, Hospital Universitario San Ignacio, Instituto Latinoamericano de Neurología.

La idea no es abrirse paso en nuevos mercados si no fidelizar los que ya se tienen y aumentar el flujo de pacientes debido a la gran aceptación y acogida que la FCV ha tenido en estos mercados.

3.3 Segmentación de mercados internacionales definidos

Segmentación por pagador:

3.3.1 Aseguradora estatal/sector público: Mayor volumen de pacientes

ARUBA

- Aseguradora estatal: AZV
- Población: 110.378 personas
- Cobertura estatal: 103.270 personas
- Target: 93%

SURINAME

- **Aseguradora estatal:** SZF
- **Población:** 558.368 personas en el 2016
- **Cobertura estatal:** 78% de la población está asegurada y 59% está asegurada con SZF - 2016
- **Target:** 329.437 personas

Esta población esa dividida en 4 grupos:

- a) Funcionarios públicos (obligatorio)
- b) Compañías o personas independientes (voluntario)
- c) Asuntos sociales
- d) Población de 0-16 y + de 60 años

Cabe de resaltar que los dos primeros grupos si dan aportes, una parte el empleador y otra el empleado. El servicio es totalmente gratis para la población de 0 a 16 años y mayores de 60, además de los que estén cubiertos por la división de asuntos sociales.

SAN MARTIN:

- Aseguradora estatal: SZV
- Población: 39.969
- Cobertura estatal: Se estima que 30% de la población no está asegurada y 10% tiene seguro médico privado. Así que podemos decir que el 60% de los residentes están cubiertos por SZF.

- Target: 23.981,4 personas. En el 2017 remitían aproximadamente 3.000 personas para realizarse tratamiento o recibir alguna atención médica fuera de St. Marteen. Se prevé una remisión aproximada para este año de 600 pacientes.

3.3.2 Aseguradoras privadas: Las entidades más influyentes en cada uno de los mercados objetivos.

ARUBA:

- En Aruba no hay presencia de ninguna aseguradora privada.

SURINAME:

- Aseguradoras privadas: 5 (Assuria, Clico Life, Parasco, Self Reliance, Fatum)
- Número de asegurados con privadas: 106.107 personas
- Target: 78% de la población está asegurada y 19% tiene seguros privados.

SAN MARTIN:

- Aseguradoras privadas: 5 (Nagico, ENNIA, Panamerican Life Insurance, Boogaard Insurances BV)
- Número de asegurados con privadas: 3.996 personas
- Target: 10% de la población tiene un seguro privado

3.4 Análisis situacional de cada país

3.4.1 Análisis demográfico

ARUBA

- Población total: 104.822 personas.

- Estructura de edad: 0-14 Años: 17.64% (Hombres 10,189 / Mujeres 10,115)
5-24 Años: 12.78% (Hombres 7,405 / Mujeres 7,307)
25-54 Años: 41.72% (Hombres 23,117 / Mujeres 24,906)
55-64 Años: 14.28% (Hombres 7,664 / Mujeres 8,773)
65 años y más: 13.59% (Hombres 6,132 / Mujeres 9,512)
- Tasa de crecimiento de la población: 1.27%
- Tasa de natalidad: 12.4 Nacimientos/1.000 habitantes.
- Tasa de mortalidad: 8.4 Muertos/1.000 habitantes.
- Esperanza de vida: 76.9 años.
Hombres: 73.9 años.
Mujeres: 80.1 años.

SURINAME

Surinam es una sociedad pluralista que consiste principalmente en criollos (personas de herencia africana y europea mixta), descendientes de esclavos africanos escapados conocidos como cimarrones, y los descendientes de trabajadores por contrato de indios y javaneses (indonesios). El país en general está en plena transición demográfica postindustrial, con una baja tasa de fecundidad, una tasa de mortalidad moderada y una esperanza de vida en aumento. Sin embargo, la población cimarrona del interior rural está rezagada debido a un menor logro educativo y uso de anticonceptivos, una mayor desnutrición y un acceso significativamente menor a electricidad, agua potable, saneamiento, infraestructura y atención médica.

- **Población total:** 558.548 habitantes.
- **Estructura por edades:**
 - 0-14 años: 24.62% (Hombres 74.247 / Mujeres 71.456)
 - 15-24 años: 17.44% (Hombres 52.599 / Mujeres 50.618)
 - 25-54 años: 44.4% (Hombres 133.835 / Mujeres 128.980)
 - 55-64 años: 7.54% (Hombres 21.940 / Mujeres 22.697)
 - 65 años y más: 6.01% (Hombres 15.394 / Mujeres 20.153)
- **Tasa de crecimiento de la población:** 1.02%
- **Tasa de natalidad:** 15.8 nacimientos / 1,000 habitantes.
- **Tasa de mortalidad:** 6.1 muertes / 1,000 habitantes.
- **Esperanza de vida:** 72.5 años.
 - Hombre: 70.1 años.
 - Mujer: 75.1 años.

SAN MARTIN

Gran parte de su población ronda el rango de edad entre los 25 - 54 años. Existe una prevalencia multilingüe debido a la inmigración al país, aunque los idiomas oficiales son el inglés y el holandés, el español y el papiamento tienen una importante población hablante.

La totalidad de su población vive en el área urbana y la ciudad más poblada es Philipsburg con cerca de 1.327 personas, siendo su capital.

- **Población total:** 39.949
- **Estructura por edades**

0-14 años: 18.43% (Hombres 4.045 / Mujeres 3.709)

15-24 años: 14.59% (Hombres 3.066 / Mujeres 3.073)

25-54 años: 41.99% (Hombres 8.624 / Mujeres 9.048)

55-64 años: 15.92% (Hombres 3.204 / Mujeres 3.495)

65 años y más: 9.07% (Hombres 1.837 / Mujeres 1.982)

- Tasa de crecimiento de la población: 1.42%
- Tasa de natalidad: 13.1 Nacimientos / 1,000 habitantes.
- Tasa de mortalidad: 5.1 Muertes / 1,000 habitantes.
- Esperanza de vida: 78,3 años.

Hombre: 76 años.

Mujer: 80,8 años.

3.5 Variables críticas que afectan la demanda del servicio exportable

Causas de Mortalidad y morbilidad (Causas de las enfermedades)

SURINAME

Las causas de muerte en el 2016 correspondían a:

- Enfermedad isquémica del corazón.
- Enfermedad cerebrovascular.
- Diabetes.
- Enfermedad renal crónica.
- Infección respiratoria inferior.
- Autolesiones

En el caso de las causas de morbilidad, corresponden a:

- Glucosa en ayuno elevada.
- Índice de masa corporal elevado.
- Desnutrición.
- Riesgos por la dieta.
- Presión sistólica elevada.
- Alcohol y drogas

El factor determinante para las enfermedades en Surinam es la obesidad y los hábitos de vida poco saludables. No se cuidan en la alimentación y consumen mucha comida rápida, que contiene mucha sal, factor clave para las enfermedades renales. Poca cultura de prevención. Falta de información respecto a los trasplantes y tabú cultural.

Se estiman que hay unos 750 pacientes en diálisis y 750 en pre-diálisis aproximadamente.

SAN MARTIN

De acuerdo con el censo en el 2011 las principales causas de mortalidad eran:

- En niños menores de 14 años, el asma o bronquitis crónica.
- En jóvenes entre 15 y 19 años, el asma y enfermedad pulmonar crónica.
- En Adultos entre 20 y 64 años, la hipertensión, diabetes y el asma.
- En Adulto mayor de 65 años, enfermedades isquémicas cardiacas, hipertensión, diabetes y glaucoma.

En general las tres principales causas de mortalidad en general son: Enfermedades isquémicas de corazón, diabetes mellitus, cáncer.

3.6 Competidores

ARUBA

- Horacio Oduber: Cuenta con 280 camas y cuenta con los servicios de hemodiálisis, cuidados coronarios y atención de urgencias las 24 horas del día.
- Rudy Engelbrecht : Ofrece servicios de cardiología, dermatología, ginecología, hemodiálisis, medicina interna, nefrología, neurología, neurocirugía, obstetricia, oftalmología, cirugía ortopédica, tratamiento del dolor, pediatría, cirugía plástica, psiquiatría, radiología, cirugía y urología.

SURINAM

- St Vincentius Ziekenhuis: Atiende las especialidades tales como: Cirugía general, Medicina interna, Dermatología, Cirugía ortopédica, Urología, Neurología, Pediatría, Radiología, Ginecología, Psiquiatría y Cirugía ENT.
- Academisch Ziekenhuis: Atiende especialidades tales como: Gastroenterología, Oncología y Diálisis renal.
- 's Lands: Ginecología: Sus especialidades más destacadas son: Dermatología, Oncología y Unidad de cuidado cardiovascular.

- Diakonessenhuis: Dentro de las especialidades médicas que atiende son: Enfermedades orales, mandíbula y cirugía facial, Ginecología, Enfermedades gastrointestinales y hepáticas, Cirugía general, Cirugía plástica, Dermatología, Neurología, Ortopedia, Medicina interna, Pediatría, Urología, Radiología, Cirugía de garganta, nariz y oreja y Psiquiatría.

SAN MARTIN

- St. Maarten Medical Center: Cuenta con Cardiología y tiene 3 cardiólogos, Oncología y cuenta con 1 oncólogo, Anestesiología, Dermatología, Cirugía de Oreja, Nariz y Garganta, Cirugía General, Medicina interna (gastroenterología), Nefrología, Obstetricia y Ginecología, Pediatría, Psiquiatría y Urología.
- Louis Constant Fleming Medical Center: Maneja las siguientes especialidades: Anestesiología, Cirugía visceral y reparadora, Cirugía ortopédica, Ginecología y obstetricia, Infectología, Medicina polivalente, Pediatría, Cirugía de niños visceral y ortopédica: una vez al mes, Dermatología: 1 miércoles / mes, Endocrinología: 3 consultas / mes, Neurología para adultos: 1 viernes / mes, Oncología: 1 lunes / mes, Otorrinolaringología: el tercer martes del mes, Urología: 1 viernes / mes, Nefrología: una vez / mes, Neurología infantil: cada 2 meses

3.7 Potencial de mercado estimado en cada mercado definido como objetivo

Cuota de Mercado

ARUBA

- Alrededor del 96% de la población está asegurada con la aseguradora estatal
- Cobertura del sector público: 103.270 personas

Cuota de mercado objetivo: Indefinido.

SURINAME

- 78% de la población está asegurada, 59% con SZF y 19% con aseguradoras privadas.
- En el caso de SZF son puntualmente 329.490 personas.
- Esta población esa dividida en 4 grupos:
- Funcionarios públicos (obligatorio).
- Compañías o personas independientes (voluntario).
- Asuntos sociales.
- Población de 0-16 y + de 60 años.

Cabe de resaltar que los dos primeros grupos si dan aportes, una parte el empleador y otra el empleado. El servicio es totalmente gratis para la población de 0 a 16 años y mayores de 60, además de los que estén cubiertos por la división de asuntos sociales.

Las aseguradoras privadas cubren aproximadamente 106.107 personas, las principales aseguradoras son Assuria, Clico Life, Parasco, Self Reliance, Fatum.

Cuota de mercado objetivo: 32 pacientes.

SAN MARTÍN

- Alrededor del 60% de la población está asegurada con la aseguradora estatal: SZV, 10% tienen seguro privado y el 30% no está cubierto.

- Cobertura del sector público: 25.249,8 personas.
- Cobertura del sector privado: 4.208,3 personas.

Cuota de mercado objetivo: Indefinido.

3.8 Condiciones de acceso

3.8.1 Condiciones de visado y divisas con cada país seleccionado

ARUBA

- Visado: No requiere visa para ninguna de las dos partes, pero hay que verificar los tiempos de estancia.
- Divisas: Los ciudadanos de Aruba que quieran sacar divisas con el fin de traerlas a Colombia deben declararlas al gobierno si estas superan los 17.753,4 AWG (Florín arubeño) o su equivalente en divisa extranjera deben ser declaradas. Igualmente debe declararse cualquier divisa que se vaya a ingresar a Colombia cuyo monto supere los USD\$10.000.
- Moneda: El florín de Aruba es equivalente a 0,56 dólares americanos y a \$1.678,12 pesos colombianos.
- Los ciudadanos de Surinam que quieran sacar divisas con el fin de traerlas a Colombia deben declararlas al gobierno si estas superan los USD\$10.000 y los SRD\$150 respectivamente. Igualmente debe declararse cualquier divisa que se vaya a ingresar a Colombia cuyo monto supere los USD\$10.000.

SURINAM

- Visado: No requiere visa para entrar a Colombia, pero hay que verificar los tiempos de estancia. Surinam si exige visa a los colombianos.
- Divisas: Los ciudadanos de Surinam que quieran sacar divisas con el fin de traerlas a Colombia deben declararlas al gobierno si estas superan los USD\$10.000 y los SRD\$150 respectivamente. Igualmente debe declararse cualquier divisa que se vaya a ingresar a Colombia cuyo monto supere los USD\$10.000.
- Moneda: El dólar surinamés es equivalente a 0,13 dólares americanos, y a 392,05 pesos colombianos.

SAN MARTIN

- Visado: No requiere visa para ninguna de las dos partes, pero hay que verificar los tiempos de estancia.
- Divisas: Los ciudadanos de San Martín que quieran sacar divisas con el fin de traerlas a Colombia deben declararlas al gobierno si estas superan los 20.000 ANG (Florines Antillanos Neerlandeses-ANG) o su equivalente en divisa extranjera deben ser declaradas. Igualmente debe declararse cualquier divisa que se vaya a ingresar a Colombia cuyo monto supere los USD\$10.000.
- Moneda: El florín neerlandés es equivalente a 0,55 dólares americanos y a \$1.613,82 pesos colombianos.

3.8.2 Conexiones Aéreas:

ARUBA

Aerolínea	Ruta	Frecuencia	Costos
Avianca	Directo	Todos los días	Entre 800.000 y 1.200.000
Copa Airlines	Panamá	Todo el día excepto los viernes	
Centurion	Miami	Todos los días menos los lunes	
Premium jet	Caracas, Curazao	Todos los días menos los lunes	

Tabla 5. Conexiones aereas con Aruba

SURINAME

Aerolínea	Ruta	Frecuencia	Precio
Avianca + Surinam Air	SURM – ARU – BOG – BGA	Lunes y Miércoles	En promedio 3 millones de pesos, ida y vuelta
	SURM – TRIN – CURZ – BOG – BGA	Solo Domingo	
	BGA – BOG – CURZ – SURM	Lunes y Martes	
	BGA – BOG – ARU – CURZ – SURM	Lunes y Martes	
	BGA – BOG – MIA – ARU – SURM	Miércoles, Jueves, Sábado y Domingo	
	BGA – BOG – CURZ – TRIN – SURM	Viernes y Sábado	
	BGA – BOG – ARU – SURM	Jueves, Viernes y Domingo	

Copa Airlines	SURM – TRIN – PAN – BGA	Martes, Jueves y Sábado	2 a 3 vuelos diarios
	BGA – PAN – TRIN – SURM	Solo Miércoles	

Tabla 6. Conexiones aereas con Surinam

SAN MARTÍN

Aerolínea	Ruta	Frecuencia	Costos
Avianca	Directo	Todos los días	Entre 1.600.000 – 2.500.000
Copa Airlines	Panamá	Todo el día excepto los miércoles	
Centurión	Miami	Todos los días menos los lunes	
Vensecar	Caracas	Excepto lunes, viernes y sábado.	

Tabla 7. Conexiones aereas con San Martin

3.9 Análisis de la competencia:

COMPETENCIA				
Competidor	Origen	Precios	Fortalezas	Debilidades
Hospital Israelita Albert Einstein	Brasil	US\$39.500	Hospital de referencia internacional Número 1 en el ranking de las mejores Clínicas y Hospitales de América Latina Dos de sus programas (Hospital y Accidentes	Idioma Rasgos culturales Precio superior (12.85%) del procedimiento médico, frente a US\$35.000 que vale en la FCV

			<p>cerebrovasculares) están certificados por la Joint Commission International (JCI) Cuenta con 74 especialidades y subespecialidades médicas Capacidad instalada: 614 camas Índice de calidad: 94.42 Índice de seguridad: 96.55 Cercanía geográfica (menores costos de traslados)</p>	
<p>Clínica Alemana de Santiago</p>	<p>Chile</p>		<p>Hospital de reconocimiento internacional Número 2 en el ranking de las mejores Clínicas y Hospitales de América Latina Acreditación Internacional por parte de la JCI Idioma Capacidad instalada: 330 camas Índice de calidad: 89.54 Índice de seguridad: 91.93 Cercanía geográfica (menores costos de traslados)</p>	
<p>Hospital Universitario Austral</p>	<p>Argentina</p>		<p>Hospital de reconocimiento internacional</p>	<p>Menor capacidad instalada (138 camas), frente a la FCV que cuenta con 193 camas</p>

			<ul style="list-style-type: none"> • Acreditación Internacional por parte de la JCI Idioma Cercanía geográfica (menores costos de traslados) 	Menores índices de seguridad (61.9) y calidad (68.05), frente a la FCV que alcanza 88.7 y 70.62, respectivamente
Fundación Santa Fe de Bogotá	Colombia		<ul style="list-style-type: none"> • Hospital de reconocimiento internacional • Número 4 en el ranking de las mejores Clínicas y Hospitales de América Latina • Acreditación Internacional por parte de la JCI • Capacidad instalada: 205 camas • Índice de calidad: 83.12 • Idioma 	<ul style="list-style-type: none"> • Distancia geográfica mayor, lo que incrementa los costos de planes
Hospital Clínica Bíblica	Costa Rica	US\$37.000	<p>Hospital de reconocimiento internacional</p> <p>Número 6 en el ranking de las mejores Clínicas y Hospitales de América Latina</p> <p>Están trabajando en la ampliación de su mercado a través de Suramérica</p> <ul style="list-style-type: none"> • Idioma 	<p>Distancia geográfica mayor, lo que incrementa los costos de planes</p> <p>Precio superior (5,7%) del procedimiento médico, frente a US\$35.000 que cuesta en la FCV</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menor capacidad instalada (110 camas), frente a la FCV que cuenta con 193 camas
Clínica Anglo Americana	Perú		<ul style="list-style-type: none"> • Acreditación Internacional por parte de la JCI 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad instalada (63 camas) muy

			<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con curva de experiencia gracias a sus orígenes • Cuenta con su propio Programa de Asistencia Médica • Se desarrolla en un entorno cultural conocido • Reducción de costos al no causarse traslados internacionales • Mayor accesibilidad 	<p>inferior, frente a la FCV que cuenta con 193 camas</p> <p>Menores índices de seguridad (63.81) y calidad (60.85), frente a la FCV que alcanza 88.7 y 70.62, respectivamente</p>
Hospital Metropolitano	Ecuador		<ul style="list-style-type: none"> • Acreditación Internacional por parte de la JCI • Se desarrolla en un entorno cultural conocido • Reducción de costos al no causarse traslados internacionales • Mayor accesibilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Menor capacidad instalada (123 camas), frente a la FCV que cuenta con 193 camas • Menores índices de seguridad (80.84) y calidad (66.72), frente a la FCV que alcanza 88.7 y 70.62, respectivamente

Tabla 8. Analisis de la competencia

4 Estrategias de penetración en el mercado:

4.1 Servicios priorizados como oferta exportable:

- Cardiología y cardiología pediátrica
- Oncología
- Neurología
- Programa Renal (Surinam) - Donante vivo relacionado

4.2 Análisis de la oferta exportable

Remisión de pacientes internacionales hacia la Fundación Cardiovascular de Colombia.

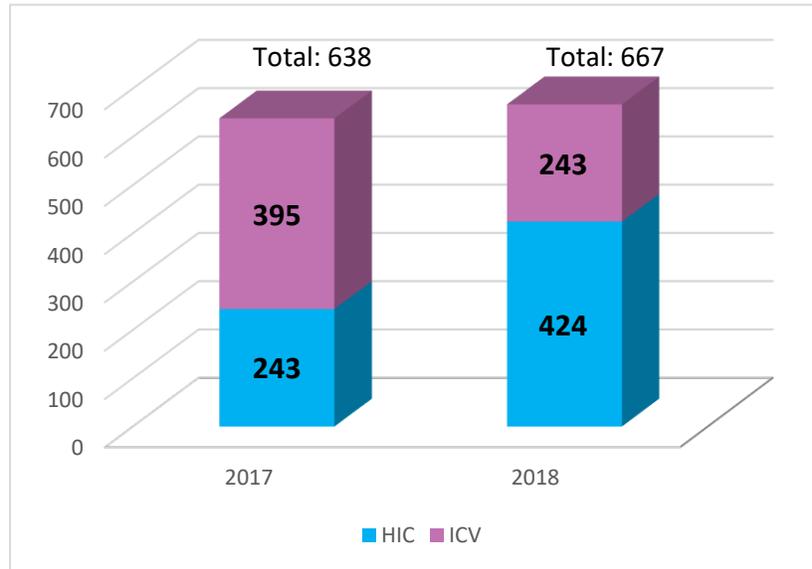


Ilustración 10. Remisión de pacientes a la FCV 2017 vs 2018.

Teniendo como punto de partida a Aruba que es nuestro mercado más constante y luego de analizar las remisiones durante el primer semestre del 2019, se toma la decisión de junto con la base de datos de remisiones a nivel nacional analizar el mercado, determinar las especialidades que están teniendo mayor peso e importancia a nivel país, así como asimilar aspectos a potenciar basados en el trabajo de la competencia para lograr obtener un mayor mercado.

4.3 Desarrollo de potencialidades

TOTAL PACIENTES INTERNACIONALES	2017	2018
HIC	243	424
ICV	395	243
TOTAL	638	667

Tabla 9. Total pacientes internacionales 2017 vs 2018

Teniendo como base que la FCV/HIC recibe el mayor porcentaje de pacientes provenientes de Aruba hacia Colombia, en donde encontramos clínicas de gran reconocimiento como lo son la Fundación Santa Fe de Bogotá (FSFB), Valle de Lili, Hospital Universitario San Ignacio (HUSI), Instituto Latinoamericano de Neurología y Sistema Nervioso (ILANS) además de esto, se plantean las posibles actividades para fidelizar a los clientes ya existentes con la aseguradora AZV, trabajando en conjunto con el programa de la alcaldía de Bucaramanga “BGA TE ACTIVA” se atenderán diferentes aspectos que van desde la creación de testimoniales, pautas publicitarias financiadas por la alcaldía en las diferentes islas del caribe y el desarrollo de una guía del paciente, la cual será distribuida a todos los pacientes que deseen tomar los servicios médicos en Colombia guiándolos paso a paso y demostrándoles porque pueden confiar en la Fundación Cardiovascular de Colombia y su oficina de servicios Internacionales.

Fundación Santa Fe de Bogotá

FSFB						
Especialidad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Ortopedia	11	12	13	4	6	9
Oncología	4	1	3	4	3	6
Oncología Pediátrica	0	0	1	0	0	1
Exámenes	2	1	1	4	0	1
Urología	4	6	7	1	11	7
Neurocirugía	3	1	1	3	4	0
Radioterapia	4	6	2	11	2	6
Cirugía General	1	1	1	0	0	0
Pet Scan	0	1	3	0	2	0
Otorrinolaringología	0	0	1	0	3	1
Nefrología	0	0	0	1	1	0
Hematología	0	0	0	2	0	1
Proctología	0	0	0	1	0	0
Gastroenterología	0	0	0	0	1	2
Pediatría	0	0	0	0	1	0
Dermatología	0	0	0	0	1	0
Total	29	29	33	31	35	34

Tabla 10. Remisiones hacia la FSFB primer semestre 2019

Fundación Valle de Lili

Fundación Valle de Lili						
Especialidad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Neumología	2	1	0	3	2	1
Urología	2	2	2	0	1	3
Neurología	3	3	3	0	0	1
Pet Scan	2	0	3	0	2	0
Radioterapia	4	4	3	2	4	3
Oncología	2	1	0	0	2	2
Oftalmología	1	2	2	1	1	0
Gastroenterología	1	0	3	3	1	0
Ortopedia	1	1	1	1	2	1

Exámenes	4	2	0	3	0	2
Maxilofacial	3	2	1	3	0	2
Nefrología	1	0	0	0	0	0
Radiocirugía	0	0	1	0	0	0
Hematología	0	0	0	0	1	0
Otorrinolaringología	0	0	0	0	1	1
Ginecología	0	0	0	0	1	1
Endocrinología	0	0	0	0	1	0
Total	26	18	19	16	19	17

Tabla 11. Remisiones hacia la Fundación Valle de Lili primer semestre 2019

Hospital Universitario San Ignacio

HUSI						
Especialidad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Radioterapia	5	3	9	2	7	6
Urología	1	0	2	0	0	1
Cirugía General	0	1	0	0	0	0
Exámenes	0	1	0	0	5	0
Pediatría	0	0	1	0	0	0
Ortopedia	0	0	0	2	1	0
Nefrología	0	0	0	1	1	2
Gastroenterología	0	0	0	0	1	0
Total	6	5	12	5	15	9

Tabla 12. Remisiones hacia el Hospital San Ignacio primer semestre 2019

ILANS

Instituto Latinoamericano de Neurología						
Especialidad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Neurología	1	1	6	5	3	1
Neurocirugía	0	0	2	0	1	1
Exámenes	0	0	0	0	2	0
Total	1	1	8	5	6	2

Tabla 13. Remisiones hacia el Instituto Latinoamericano de Neurología primer semestre 2019

Consolidado

PACIENTES PRIMER SEMESTRE 2019				
HIC	172	27,79%	238	38,45%
ICV	66	10,66%		
FSFB	191	30,86%	381	61,55%
VALLE LILI	115	18,58%		
HUSI	52	8,40%		
ILANS	23	3,72%		
TOTAL	619		619	100,00%

Tabla 14. Consolidado de remision de pacientes primer semestre 2019

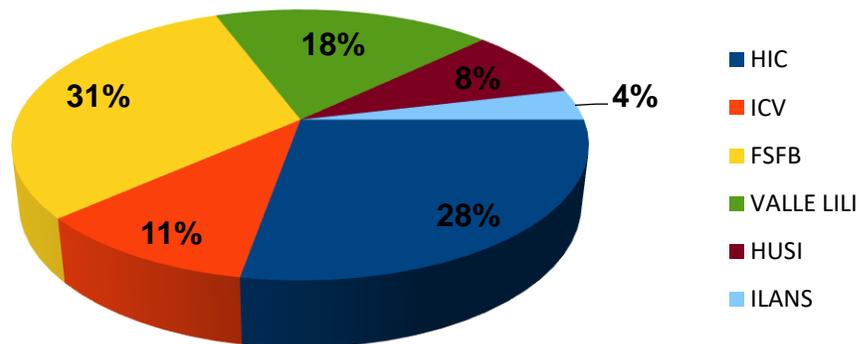
REMISIÓN DE PACIENTES PRIMER SEMESTRE 2019

Ilustración 11. Consolidado de remision de pacientes primer semestre 2019

4.3.1 Especialidades a potenciar

CONSOLIDADO ESPECIALIDADES A POTENCIAR PRIMER SEMESTRE 2019		ICV/HIC	
Radioterapia	88	5	5%
Urología	50	3	3,8%
Neurología/Neurocirugía	42	4	8,3%
Ortopedia	65	1	0,0%

Tabla 15. Consolidado especialidades a potenciar primer semestre 2019

4.3.2 Conclusiones del análisis de especialidades

Neurología/Neurocirugía

- Pacientes con alta prioridad debido a la gravedad del diagnóstico, enviados en su totalidad por avión ambulancia.
- Los pacientes fallecidos que fueron enviados por neurocirugía provenían con hemorragias internas y fuera del periodo de ventana.
- Los pacientes remitidos por neurocirugía. han presentado recuperaciones efectivas con evoluciones rápidas.
- El diagnóstico más frecuente para los pacientes remitidos por neurología fue la hemorragia subaracnoidea.

Radioterapia / Oncología

- La mayoría de los pacientes remitidos por oncología llegan para ser atendidos por cuidados paliativos, con diagnósticos metastásicos.
- Todos los pacientes que fueron remitidos por oncológica tuvieron que ser enviados por avión ambulancia debido a su alta prioridad.
- Los pacientes oncológicos en su mayoría fueron de sexo masculino.
- Para los pacientes de oncología, en su mayoría, se evidencio como principal agravante un alto grado de obesidad e hipertensión arterial.
- Los pacientes de oncología en promedio presentaron estancias largas (4-6 meses) debido a la gravedad de sus diagnósticos.

Urología

- La mayoría de pacientes remitidos provienen con enfermedades renales congénitas.
- Para la especialidad de urología se evidencia que el mayor porcentaje de los pacientes eran pediátricos.
- Todos los pacientes de urología llegaron por vuelo comercial para ser atendidos.
- Para los pacientes de urología la enfermedad más recurrente ha sido la hipospadia con gran presencia en los pacientes pediátricos.
- Los pacientes remitidos por urología han presentado estancias cortas y evoluciones rápidas (menos de un mes) con grandes mejorías.

4.4 Estrategias de consolidación en los mercados

Todos los servicios de la Fundación Cardiovascular de Colombia tienen el potencial de ser exportados, ya que cuentan con la capacidad de atender casos de alta complejidad. Sin embargo, según las necesidades identificadas en los mercados objetivos, se tiene una mayor ventaja competitiva en los cinco institutos que son: Instituto de Cardiovascular, Instituto de Cáncer, Instituto Neurológico, Instituto para el Cuidado de la Mujer, Instituto de Ortopedia y Reumatología, así como el centro especializado de Oftalmología.

4.4.1 Priorización de servicios

Se quiere priorizar servicios como: ECMO, Cirugía Cardiovascular, Tratamiento de cardiopatías coronarias congénitas. / Radioterapia y Radiocirugía. / Neurocirugía. / Manejo de embarazo de alto riesgo y neonatología.

El único servicio que no hace parte de la oferta exportable es el de trasplante, a excepción del trasplante renal de donante vivo relacionado que sí está dentro del portafolio.

En Surinam existe una gran parte de la población que debe someterse diálisis y toda esta demanda es atendida solamente por dos nefrólogos que son los únicos que pueden atender estas patologías en el país. Por esta razón se propone el programa renal con donante vivo relacionado con el fin de darles una mejor calidad de vida a estos pacientes y dar a conocer también la excelente calidad de la FCV en nefrología.

Con el fin de llevar a cabo este proyecto se plantea algunas estrategias:

- Primera estrategia: Aseguradora (seguir avanzando en la sensibilización de la población y trabajo conjunto con la Dra. Sharon – líder del programa de trasplante renal.
- Segunda estrategia: comunidad (asociaciones de pacientes de diálisis) entrevistar al menos a un paciente que haya recibido trasplante renal (recopilar su experiencia).

4.4.2 Educación al paciente internacional

¿Cómo puedo convertirme en paciente?

Detallaremos el paso a paso del proceso que deben seguir las personas que requieran o deseen ser tratadas en nuestras instalaciones.

Coordinar la atención médica en la Fundación Cardiovascular de Colombia o en el Hospital Internacional de Colombia es muy fácil. Convertirse en un paciente incluye tan solo cuatro (4) pasos, diseñados para que la planificación y la estadía de usted y su familia en el hospital sean más dinámicas:

- 1) **Evaluación Médica - Plan de Tratamiento.**
- 2) **Estimación de Costos - Cotizaciones de Plan de Tratamiento.**
- 3) **Controles Financieros.**
- 4) **Programación de Citas.**

Paso 1: Evaluación Médica - Determinación Plan de Tratamiento

Comenzamos todas las consultas de atención con una revisión completa de su estado médico actual.

Para iniciar el proceso de revisión médica, usted debe enviarnos:

- Un resumen de su historia clínica actual (de no más de 30 días)
- Copia de todos los informes de diagnóstico por imágenes, cirugías, análisis de laboratorio y patológicos que le hayan realizado previamente.
- Solicitamos que toda la información, se proporcione en inglés o español, si es posible.

Tenga en cuenta que entre más completa sea la información médica que usted nos envíe, más preciso y adecuado será el plan de tratamiento hecho por nuestros especialistas.

Tan pronto recibamos los documentos, los enviaremos al médico especialista apropiado del hospital para que los revise y emita una propuesta del Plan de Tratamiento.

El Plan de Tratamiento tentativo se confirmará o se ajustará según sea necesario en la valoración inicial presencial que haremos, una vez usted se encuentre en nuestras instalaciones.

Ilustración 12. Como convertirme en un paciente internacional (Pinto, s.f.)

Tenga en cuenta: Si se solicita una revisión médica o segunda opinión remota completa, o si un caso requiere que los médicos evalúen diapositivas de patologías o películas de imágenes de otro hospital o clínica, pueden aplicarse tarifas del médico y del hospital.

*Le comunicaremos por adelantado acerca de los costos estimativos asociados con estos servicios.

Paso 2: Estimación de Costos - Cotizaciones de Plan de Tratamiento

Con el Plan de Tratamiento tentativo, nuestro personal preparará una estimación de costos de los servicios médicos.

Una vez que se haya completado dicha cotización, nos comunicaremos con usted (o con el médico que lo remitió) para comunicarle la propuesta de tratamiento hecha por nuestros especialistas y el costo estimado del mismo. Es importante comprender que esta estimación de costos no es un arreglo de precio en paquete ni representa los costos finales de la evaluación de diagnóstico y del tratamiento posterior. En todo caso, en la cotización especificaremos lo que se incluye y lo que se excluye de la misma.

El proceso de revisión y cotización generalmente demora entre 2 y 3 días hábiles.

Nuestros médicos y el personal de apoyo trabajan en equipo para proporcionarle un asesoramiento financiero y médico preciso. No obstante, hasta que un médico lo evalúe en el hospital personalmente es imposible identificar todos los factores que pueden influir sobre el diagnóstico y el tratamiento.

El Plan de Tratamiento propuesto puede cambiar una vez usted haya sido evaluado en persona, e incluso durante el tratamiento mismo, según las recomendaciones del médico. Podemos adaptar y revisar la estimación del costo inicial, de acuerdo a su evolución.

Comprendemos que una visita al hospital puede implicar costos adicionales no médicos, por lo tanto, si usted desea nuestro personal puede informarle sobre los costos relacionados con habitaciones de hotel o viviendas a corto plazo, así como sobre traslados en la ciudad y en los alrededores.

Paso 3: Controles Financieros

Una vez que se haya establecido la estimación del costo del Plan de Tratamiento propuesto y de los servicios médicos, evaluaremos con usted y su familia la cobertura de seguro.

Usted debe presentarnos una carta de garantía o confirmación de su cobertura antes de presentarse a nuestras instalaciones.

Ilustración 13. Como convertirme en un paciente internacional (Pinto, s.f.)

La estimación del costo de los servicios médicos y otras facturas del hospital pueden pagarse por medio de transferencias bancarias electrónicas, efectivo y tarjetas de crédito en nuestras instalaciones.

*Si usted no cuenta con un seguro que cubra sus gastos médicos o con un patrocinador que certifique la cobertura, usted debe pagar la estimación del costo de los servicios médicos antes de su primera consulta.

Paso 4: Programación de Citas

Una vez que se hayan cumplido los requisitos financieros, confirmaremos todas las citas programadas.

Su primer contacto siempre será con La Oficina de Servicios Internacionales de la Fundación Cardiovascular de Colombia, de esta manera, podremos darle una agenda actualizada de sus consultas y explicarle todos los servicios que ofrecemos.

La Oficina de Servicios Internacionales, será su contacto principal durante su estadía en Bucaramanga.

Al momento de su primera visita, se les asignará a usted y a su familia un agente logístico y un médico general, encargados de brindarle la mejor atención y de guiarlo durante su estadía en el hospital.

Ilustración 14. Como convertirme en un paciente internacional (Pinto, s.f.)

4.5 Desarrollo de la página web

Si bien es cierto que la Fundación Cardiovascular de Colombia cuenta con una página web en la que incluye cada uno de los servicios y especialidades, cabe resaltar que no cumple con los parámetros internacionales, la información esencial es de difícil acceso y ofrece poco en cuanto a la interacción con el paciente internacional se refiere.

Por esto, se cotiza con varias empresas con el objetivo de re inventar la página web a nivel internacional las cuales presentan propuestas tanto económicas como digitales.

La oficina internacional de la Fundación Cardiovascular de Colombia y del Hospital Internacional de Colombia han discutido con Geomedical Health una iniciativa e idea de proyecto para desarrollar un portal web para la oficina internacional con un objetivo de iniciar en una estrategia de marketing digital , en específico con pauta digital para atraer pacientes

internacionales y de posicionar ambos hospitales como un destino de salud ideal para los asegurados de las instituciones con las que se tiene convenio. La propuesta fue conversada y discutida con parte gerencial de la FCV de forma presencial los días 28 y 29 de abril y en forma telefónica el 30 de Abril, donde se aprueba la propuesta.

4.5.1 Propuesta

- Diseño de sitio web para la oficina internacional que incluye diseño y ajuste de textos necesarios.
- Se entrega en gestor de contenidos solicitado por la clínica (joomla), en versión solicitada
- Se tendrán los landing principales para las pautas (principales patologías/tratamientos) y la disponibilidad de crear nuevos landing a necesidad
- Se diseñarán 3 estructuras de landing: una para patologías, una para tratamiento (que es a los que se le hace pauta) y una para especialidades.
- Se entrega el sitio completamente listo, online, funcional, responsivo para móviles, con analítica instalada.
- Se realizará creación de estrategia para pauta digital para primeros 6 meses
- Se realizará la creación de los textos de los anuncios de la pauta según necesidades de pauta y sus ajustes.
- Se entregará mensualmente reporte de analítica avanzada, reporte de pauta, y propuesta para estrategia de mes siguiente.
- Se realizará seguimiento estricto a resultados. Valor total de propuesta para los 6 meses: \$24.000.000

Desglose de propuesta:

- 12 millones más iva (\$14.280.000) : que incluye desarrollo de contenidos (web) la cual se acuerda un descuento del 30% quedando en un valor total de \$6.000.000 y administración de pauta por 6 meses, valor mensual de 1.000.000 (la cual tiene un 50% de descuento por 6 meses).
- \$9.720.000 para pauta a razón de un \$1.620.000 mensual. (Inicialmente, ideal lograr incrementar este presupuesto va a asegurar mejores resultados). Fecha formal de inicio propuesta 13 de mayo 2019. Tiempos estimados (todos contados a partir de fecha de inicio):*
 - Diseño definitivo: 2 semanas
 - Textos y contenidos: 4 semanas
 - Programación: 6 semanas.

Fecha de Entrega estimada (siempre y cuando la FCV cumpla con tiempos de revisión, ajustes y aprobación estimados): 25 de Julio. **

* Estas fechas son teniendo en cuenta el peor escenario de flujo de información entre las partes y problemas técnicos no contemplados. Se espera que sea un tiempo mucho menor. **

Fecha de inicio de pauta. Se realizará firma del acuerdo de confidencialidad.



Ilustración 15. Propuesta pagina web renovada (Juan Pablo Zalazar , 2019)

5 Conclusiones

- El turismo de salud es un modelo de negocio relativamente nuevo que está ganando grandes adeptos no solo a nivel nacional sino también a nivel mundial posicionando nuevos países que antes no se tenían en cuenta en temas de salud, pero que debido a su calidad en la prestación del servicio y sus precios altamente competitivos han llamado la atención de todos a nivel global.
- Colombia se ha convertido en uno de los principales destinos de salud a nivel mundial y esto ha llevado que diferentes clínicas como la han sido la Fundación Santa Fe de Bogotá en el departamento de Cundinamarca y Fundación Valle de Lili en Cali disputen de manera considerable el mercado con la Fundación Cardiovascular de Colombia, si bien han sido una competencia, han ayudado mucho al sector en temas de posicionamiento y gracias a la creación de un clúster de salud bajo la dirección de Pro Colombia, se propone una simbiosis en pro de una mejora sostenible.
- Países como Aruba o Surinam que han sido los principales clientes de la Fundación Cardiovascular de Colombia han consolidado una oficina de servicios internacionales bastante fuerte y competitiva que se ha caracterizado por el relacionamiento directo, creando de esta manera vínculos de confianza y profesionalismo que a su vez permite dar prioridad a los pacientes, eligiendo siempre la mejor opción de tratamiento al tener opiniones conjuntas.

- La Fundación Cardiovascular de Colombia al ya tener un conocimiento bastante amplio del mercado internacional no tiene como objetivo la apertura variada de nuevos mercados, si no prefiere la consolidación de los que ya posee, en los cuales ha identificado aun un gran potencial de crecimiento y reconocimiento, para de esta manera darse a conocer en los mercados vecinos como una institución de alta calidad y con el mejor servicio y atención posible.
- La inyección de mercadeo y publicidad que se plantea, busca tomar esos sectores dentro de los mismos países que se tienen como mercados seguros para incrementar las ventas de la FCV puesto que han hay mucho mercado por tomar, todo esto, haciendo publico la excelente atención que reciben en Santander, con una guía paso a paso que facilite su estancia, brindando un ambiente de seguridad y confianza, enfocándose en procedimientos de alta complejidad, como lo son los trasplantes renales con donante vivo, de los cuales se tiene experiencia previa que puede ser usada para transmitir, pero mejor aún, demostrar la calidad del servicio y los óptimos resultados.
- Si bien la parte más fuerte de la oficina de servicios internacionales de la FCV ha sido el relacionamiento directo con las aseguradoras tanto estatales como internacionales, hoy en día se busca incrementar también la llegada de pacientes particulares que tengan dentro de sus planes tratamientos específicos en cualquiera de las sedes, por eso se rediseña la sección internacional de la página web, buscando tener una mayor cobertura, con pautas y seguimiento constante, desde la cual se recibirán de manera directa las solicitudes para el gestionamiento y pronta recepción de un paciente internacional.

- Muchos países han optado por incursionar en el negocio de la salud, abriendo nuevas clínicas, puestos de salud y unidades de atención, aún están lejos de poseer servicios de alta complejidad lo cual muestra más aun el potencial que tiene Colombia y Santander para el desarrollo en un turismo de salud creciente.

Referencias

- Acci* . (2018). Obtenido de Acci: <https://www.acci.com.co/l/en-viajeros-de-holanda-y-ee-uu-los-que-mas-vienen-a-colombia-por-servicios-de-salud/>
- CALIDAD FCV*. (2018). Obtenido de CALIDAD FCV: <http://www.fcv.org/calidad/>
- Colombia. travel* . (2019). Obtenido de Colombia. travel :
<http://www.colombia.travel/en/what-to-do/health-tourism>
- Cuidamos vidas HIC*. (2018). Obtenido de Cuidamos vidas HIC:
<http://www.fcv.org/site/portafolio/como-llegar-al-hic/ruta-hic>
- El Espectador* . (2018). Obtenido de El Espectador :
<https://www.elespectador.com/noticias/salud/alrededor-de-11-mil-pacientes-extranjeros-vinieron-colombia-para-hacerse-tratamientos-medicos-articulo-727708>
- FCV*. (2018). Obtenido de FCV: <http://www.fcv.org/site/investigacion/unidad-de-estudios-clinicos/nuestros-estudios-clinicos/32-fcv/acerca-de-la-fcv/acerca-de-la-fcv/14-historia>
- FCV INTERNATIONAL*. (2019). Obtenido de FCV INTERNATIONAL:
<http://www.fcv.org/site/oficina-de-servicios-internacionales/servicio-internacionales/servicios-asistenciales>
- FCV JCI*. (2019). Obtenido de FCV JCI: [fcv.org/oficina-de-servicios-internacionales/serviciointernacionales/servicios-medicos](http://www.fcv.org/oficina-de-servicios-internacionales/serviciointernacionales/servicios-medicos)
- FCV QS*. (2017). Obtenido de FCV QS: <http://www.fcv.org/site/acerca-de-la-fcv/filosofia-corporativa/quienes-somos-0>
- FCV TAM* . (s.f.). Obtenido de FCV TAM : <http://www.fcv.org/site/transporte-aereo-medicalizado/tam/transporte-aereo-medicalizado>
- INFORME DE SOSTENIBILIDAD FCV* . (s.f.). Obtenido de INFORME DE SOSTENIBILIDAD FCV :
https://www.fcv.org/archivo/pdf/2018/2017_informe_de_sostenibilidad.pdf
- JCI 2019*. (s.f.). Obtenido de JCI 2019:
https://en.wikipedia.org/wiki/International_healthcare_accreditation
- Juan Pablo Zalazar* . (2019). Obtenido de Juan Pablo Zalazar .
- Medical Tourism*. (2017). Obtenido de Medical Tourism:
https://en.wikipedia.org/wiki/Medical_tourism
- Pinto, J. P. (s.f.). *Servicios Internacionales FCV*. Obtenido de Servicios Internacionales FCV: <http://www.fcv.org/site/oficina-de-servicios-internacionales/planificatu-viaje/como-puede-convertirse-en-paciente>
- Portafolio* . (8 de Mayo de 2018). Obtenido de Portafolio :
<https://www.portafolio.co/negocios/turismo-de-salud-la-apuesta-que-sigue-creciendo-en-colombia-516920>
- ProColombia* . (2017). Obtenido de ProColombia : <http://www.procolombia.co/salud-colombia/noticias-turismo-salud/santander-se-perfila-como-destino-internacional-de-salud>
- SCTH.GOV*. (s.f.). Obtenido de SCTH.GOV: 2019
- SOMOS FCV* . (2019). Obtenido de SOMOS FCV: <http://www.fcv.org/corp/somos-fcv>
- UPB*. (s.f.). *UPB BGA*. Obtenido de UPB BGA:
<http://www.upbbga.edu.co/biblioteca/formaton.php>

