

Diseño de un modelo integral de servicios odontológicos estéticos de alta calidad, dirigido a pacientes internacionales en Cali.

Katerine Posada Ibarra

Trabajo de grado para optar por el título de Magister en Gerencia de las Organizaciones de la Salud

Director del trabajo de Grado

Victoria E. Soto

Universidad ICESI

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Maestría en Gerencia de las Organizaciones de la Salud

Cali, Junio, 2025

Tabla de contenido

Introducción	7
Justificación.....	9
Objetivos	11
Objetivo general	11
Específicos	11
Marco teórico	12
Turismo médico.....	12
Competitividad de turismo médico	12
Odontología estética.....	13
Factores de decisión del paciente internacional	14
Relación entre el turismo médico y el sistema de salud colombiano.....	15
Metodología	17
Enfoque Metodológico.....	17
Enfoque cualitativo	17
Enfoque cuantitativo	17
Resultados	19
Análisis estratégico FODA y entorno competitivo	19
Análisis de entorno.....	20
Análisis DOFA.....	20
Estrategias de mitigación y aprovechamiento según el análisis FODA.....	24
Plan de acción para la implementación del modelo de atención en turismo odontológico estético en Cali	25
Análisis PESTEL.....	26
Competidores locales	29
Diseño del modelo de negocio	31

Misión.....	31
Visión	31
Descripción del servicio-Portafolio de servicios.....	32
Precios servicios	32
Canales de distribución y venta – consultorio.....	33
Propuesta de valor	34
Estrategias de monetización y ventas.....	37
Estrategias de marketing	38
Modelo CANVAS	43
1. Segmento de clientes	44
2. Propuesta de valor	44
3. Canales	44
4. Relación con los clientes	44
5. Fuentes de ingreso	44
6. Recursos clave.....	45
7. Actividades clave	45
8. Socios clave.....	45
9. Estructura de costos.....	45
Plan de marketing.....	46
Análisis de oferta y demanda y segmentación del mercado internacional.....	46
Rutas y tiempos	46
Público objetivo.....	47
Objetivos de mercadeo	47
Plan de acción de marketing.....	47
Canales de venta y entrega de valor	49

Plan de operaciones.....	51
Infraestructura y equipo	51
Estructura del equipo humano.....	51
Cronograma de puesta en marcha	52
Análisis legal y normativo.....	52
Análisis normativo complementario: Habilitación como IPS y Convenios.....	54
Evaluación financiera.....	55
Costos e ingresos.....	55
Plan de inversión inicial	55
Punto de equilibrio anual.....	58
Retorno Estimado de la Inversión (ROI) a 3 años	58
Tasa de interés de retorno.....	59
Plan de riesgos y sostenibilidad	60
Identificación de los principales riesgos	60
Acciones preventivas y estrategias de mitigación.....	62
Conclusiones	64
Recomendaciones.....	65
Bibliografía.....	66
Anexos.....	70
Modelo de entrevista	70
Análisis de entrevistas a expertos.....	70

Resumen

Este proyecto tiene como propósito diseñar un servicio odontológico estético integral y de alta calidad, dirigido a pacientes extranjeros en la ciudad de Cali para el año 2025, la propuesta responde a la creciente demanda internacional por servicios de turismo médico, especialmente en el ámbito odontológico, donde Colombia ha ganado reconocimiento por su excelencia profesional, costos competitivos y atención especializada; el modelo busca ofrecer una experiencia diferenciadora, combinando tratamientos clínicos avanzados, medicina estética facial y atención personalizada bajo estándares de calidad y seguridad. Los objetivos específicos contemplan la creación de un portafolio integral de servicios odontológicos estéticos y especializados que responda a las necesidades del paciente internacional; la consolidación de alianzas estratégicas con actores del sector salud, hotelero, turístico y asegurador; e implementación de procesos certificados que garanticen el cumplimiento normativo. Entre los servicios ofrecidos se incluyen diseño de sonrisa, implantes, ortodoncia estética y cirugía maxilofacial, complementados con una atención VIP, tecnología de punta y una plataforma digital multilingüe para facilitar el acceso y la comunicación. El modelo se estructura sobre pilares como la atención integral, el acompañamiento logístico (alojamiento, transporte, turismo) y la fidelización del cliente mediante asesoría personalizada, seguimiento post-tratamiento y eventos exclusivos; además, la sostenibilidad financiera se proyecta a través de ingresos por paquetes de servicios, programas de mantenimiento, convenios con aseguradoras y alianzas comerciales, con este enfoque, se busca posicionar a Cali como un destino de referencia en odontología estética a nivel internacional, fortaleciendo su imagen en el mercado global de turismo en salud.

Palabras clave: Odontología estética, turismo médico, calidad integral, pacientes extranjeros.

Abstract

This project aims to design a high-quality, comprehensive aesthetic dental service targeted at foreign patients in the city of Cali by the year 2025. The proposal responds to the growing international demand for medical tourism services, especially in the field of dentistry, where Colombia has gained recognition for its professional excellence, competitive costs, and specialized care. The model seeks to offer a distinctive experience by combining advanced clinical treatments, facial aesthetic medicine, and personalized care, all under rigorous quality and safety standards. The specific objectives include the creation of a comprehensive portfolio of aesthetic and specialized dental services tailored to the needs of international patients; the establishment of strategic alliances with key actors in the health, hospitality, tourism, and insurance sectors; and the implementation of certified processes that ensure compliance with current regulations. Services offered will include smile design, dental implants, aesthetic orthodontics, and maxillofacial surgery, all complemented by VIP care, cutting-edge technology, and a multilingual digital platform to enhance accessibility and communication. The model is structured on pillars such as comprehensive care, logistical support (accommodation, transport, tourism), and client loyalty strategies through personalized guidance, post-treatment follow-up, and exclusive events. Additionally, financial sustainability is projected through revenues from service packages, maintenance programs, agreements with insurance companies, and strategic commercial alliances. With this approach, the project aims to position Cali as a leading destination for aesthetic dentistry on an international scale, strengthening its image in the global health tourism market.

Keywords: Aesthetic dentistry, medical tourism, comprehensive quality, foreign patients.

Introducción

El turismo de salud, particularmente en el ámbito odontológico, ha experimentado un notable crecimiento a nivel mundial debido a la creciente demanda de servicios de alta calidad a costos accesibles. Santiago de Cali, una de las principales ciudades de Colombia, ofrece un escenario estratégico para el desarrollo de un Centro Estético Dental orientado a pacientes internacionales; la combinación de infraestructura médica avanzada, profesionales altamente capacitados y la riqueza cultural y turística de la región, brinda una oportunidad única para consolidar a Cali como un destino referente en el turismo médico y odontológico.

De este modo, Colombia, y particularmente Cali, se perfila como un destino competitivo en turismo odontológico al combinar talento profesional, infraestructura en salud y costos accesibles en comparación con otros países; sin embargo, lograr este posicionamiento implica no solo garantizar servicios de excelencia, sino también brindar experiencias memorables que generen confianza y reconocimiento internacional, elementos fundamentales en la toma de decisiones de los pacientes internacionales.

En los últimos años, el turismo médico ha cobrado una relevancia significativa en América Latina, consolidándose como una alternativa accesible y de alta calidad para pacientes internacionales que buscan tratamientos especializados, especialmente en áreas como la odontología estética (López Rodríguez, 2023). Colombia, y particularmente la ciudad de Cali, se ha posicionado como un destino emergente para este tipo de turismo, gracias a su infraestructura médica avanzada, costos competitivos y personal altamente calificado. Según ProColombia (2023), el país recibe anualmente más de 20.000 pacientes extranjeros por motivos médicos, de los cuales un porcentaje importante acude por tratamientos odontológicos, atraídos por una reducción de costos que puede alcanzar entre el 40 % y 70 % en comparación con países como Estados Unidos o Canadá (Ospina Henao, 2025); además, informes del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) destacan que la odontología estética se encuentra entre los cinco servicios más demandados por los turistas médicos en Colombia (Infobae, 2025).

Esta tendencia no solo representa una oportunidad para el fortalecimiento del sector salud, sino también para el desarrollo económico local, generando empleo, inversión y proyección internacional de los servicios de salud del país; en este contexto, diseñar un servicio odontológico estético dental de alta calidad e integral, orientado a pacientes extranjeros en Cali, se convierte en

una propuesta pertinente, innovadora y alineada con las dinámicas actuales del mercado de la salud global.

Por lo tanto, la presente investigación busca responder a la pregunta: ¿Por qué brindar experiencias excepcionales a pacientes internacionales contribuye a ofrecer servicios odontológicos de alta calidad y a posicionar a un centro estético dental como un referente en el turismo médico internacional?, para ello, se plantean estrategias enfocadas en el diseño de servicios personalizados, el uso de tecnología avanzada y la implementación de estándares internacionales de calidad. El estudio aborda, además, la importancia de la satisfacción del paciente y su impacto en la reputación global del centro estético dental, como un factor clave para la atracción de nuevos usuarios y la consolidación de Cali como un destino preferido en el turismo odontológico para el año 2025.

Justificación

El presente proyecto responde a la necesidad de posicionar a Santiago de Cali como un destino competitivo en el sector del turismo de salud odontológico, aprovechando las ventajas estratégicas de la ciudad y la creciente demanda global de servicios médicos especializados a costos accesibles, de acuerdo con Mantilla Mejía (2023), el turismo de salud en Colombia ha mostrado un crecimiento significativo en los últimos años, consolidándose como un sector estratégico para el desarrollo económico y la atracción de divisas al país; sin embargo, existe una brecha en la oferta de servicios odontológicos estéticos con estándares internacionales, lo que limita el aprovechamiento pleno de este mercado, la creación de un Centro Estético Dental contribuirá a cubrir esta demanda, garantizando servicios de alta calidad y una experiencia integral que responda a las expectativas de los pacientes internacionales.

Santiago de Cali se ha consolidado como uno de los destinos más competitivos en Colombia para el turismo de salud odontológico, destacándose por su crecimiento sostenido, infraestructura médica de calidad y una oferta atractiva para pacientes internacionales (Martínez Garcés, 2020). Esta proyección se ve reflejada en el crecimiento del turismo médico: hasta mayo de 2024, Cali recibió 3.331 turistas internacionales que llegaron específicamente para tratamientos médicos, lo que representa un aumento del 7% respecto al mismo periodo de 2023 (Infobae, 2024). Estas cifras no solo evidencian una tendencia positiva y creciente en la llegada de pacientes extranjeros, sino que también respaldan la viabilidad del proyecto al confirmar la existencia de una demanda real y en expansión para servicios odontológicos de alta calidad en la ciudad.

Conjuntamente, en 2023, Cali fue la segunda ciudad de Colombia con mayor número de viajeros por motivos de salud, con 4.568 visitantes, solo superada por Bogotá (El Espectador., 2024); durante 2024, en Cali de los 1.300 pacientes extranjeros, el 90% acudieron para realizarse diseños de sonrisa, el 5% para procedimientos quirúrgicos como implantes dentales y rehabilitaciones, y el restante 5% para ortodoncia y odontología general (Infobae, 2025).

Frente a la infraestructura y oferta odontológica Cali cuenta con 3.912 prestadores de servicios de salud registrados, incluyendo clínicas odontológicas especializadas que ofrecen tratamientos de alta calidad a precios competitivos (La República, 2024), es por esto que la

ciudad ha sido reconocida por su excelencia en atención médica, lo que ha contribuido a su posicionamiento como destino preferido para procedimientos odontológicos y estéticos.

En relación a la proyección internacional y eventos clave en septiembre de 2024, Cali fue sede de la primera Cumbre de Turismo de Destinos en Salud, Bienestar y Medicina Internacional, reuniendo a 1.500 asistentes nacionales e internacionales para discutir tendencias y oportunidades en el sector (Alcaldía de Santiago de Cali, 2024). De este modelo los odontólogos en Cali han adoptado estrategias de marketing digital, utilizando plataformas como Instagram para atraer pacientes internacionales, especialmente de Estados Unidos, destacando la rentabilidad y retorno de inversión en publicidad (Castro, 2023).

En resumen, Cali se ha posicionado como un destino líder en turismo de salud odontológico en Colombia, gracias a su infraestructura médica de calidad, crecimiento en la llegada de pacientes internacionales y estrategias efectivas de promoción en mercados clave. Así las cosas, el proyecto busca fortalecer la competitividad empresarial y la innovación organizacional en el sector de la salud y la estética en Cali. Martínez Garcés (2020) destaca que la innovación en los centros estéticos de turismo de salud es clave para diferenciar su oferta y consolidarse en un mercado exigente y en crecimiento, así las cosas, la implementación de tecnología avanzada, protocolos de calidad certificados y un portafolio de servicios con valor agregado permitirá al centro estético posicionarse como un referente en el ámbito odontológico, impulsando la visibilidad internacional y el desarrollo económico local; además, el turismo médico no solo genera beneficios para el sector salud, sino que también dinamiza industrias complementarias como la hotelería, el transporte y el comercio.

Por último, el proyecto responde a los factores que inciden en la decisión de compra de los pacientes internacionales, quienes buscan calidad, accesibilidad y confianza al momento de elegir servicios médicos en el extranjero, según Sánchez Marín (2023), los pacientes valoran la integración de servicios adicionales, la atención personalizada y el cumplimiento de estándares internacionales como elementos determinantes en su decisión. Al desarrollar un modelo que combine infraestructura optimizada, alianzas estratégicas con aseguradoras y experiencias de bienestar, el centro estético dental contribuirá a satisfacer estas necesidades, consolidando a Santiago de Cali como un destino líder en turismo odontológico en Colombia y Latinoamérica.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar un modelo integral de servicios odontológicos estéticos de alta calidad, dirigido a pacientes internacionales en Cali.

Específicos

1. Caracterizar la demanda y los segmentos internacionales prioritarios del turismo médico odontológico en Cali.
2. Diseñar un portafolio integral de servicios odontológicos estéticos, que incluya procedimientos clínicos avanzados, medicina estética facial y servicios complementarios.
3. Establecer un modelo de negocio sostenible y competitivo, que contemple alianzas estratégicas con actores del sector salud, hotelero, turístico y asegurador, incluyendo estructura de costos, plan de inversión, retorno proyectado y mecanismos de monetización.
4. Formular una estrategia de marketing internacional multicanal, orientada a posicionar a Cali como destino odontológico.
5. Implementar un plan de gestión de calidad y riesgos sanitarios, tecnológicos y reputacionales, en concordancia con la normatividad nacional e internacional, garantizando la seguridad del paciente y la sostenibilidad del modelo de atención.

Marco teórico

Turismo médico

El turismo médico se ha consolidado como una tendencia global que combina la necesidad de atención en salud con la oportunidad de viajar, generando un flujo creciente de pacientes que buscan servicios de calidad a precios accesibles fuera de sus países de origen. En Colombia, este fenómeno ha ganado relevancia gracias a la preparación del talento humano, la infraestructura especializada y los costos competitivos, posicionando al país como un destino emergente en América Latina para procedimientos médicos y odontológicos (López Rodríguez, 2023). Según Mantilla Mejía (2023), el turismo de salud en Colombia se ha convertido en una estrategia de desarrollo que integra al sector médico con el turístico, generando sinergias que fortalecen la economía regional y nacional.

En este contexto, ciudades como Cali han adoptado un enfoque estratégico, impulsando servicios diferenciadores y fomentando la articulación entre clínicas, aseguradoras y operadores turísticos (Castro, 2023). Esta integración permite ofrecer experiencias médicas seguras, personalizadas y culturalmente adaptadas, factores clave para atraer a un público extranjero cada vez más exigente (Sánchez Marín, 2023). De este modo, Cali cuenta con condiciones favorables para atraer pacientes internacionales, entre ellas la disponibilidad de clínicas y profesionales especializados, así como una percepción positiva del país como destino médico, lo cual ha generado un crecimiento sostenido en este sector.

Competitividad de turismo médico

Desde una visión estratégica, Mantilla Mejía (2023) propone que el turismo de salud debe ser comprendido como un ecosistema en el que confluyen múltiples sectores, incluyendo salud, turismo, hotelería, transporte y aseguramiento médico; en este sentido, un servicio odontológico estético dirigido a pacientes extranjeros requiere más que un consultorio: exige una integración de servicios que respondan de manera integral a las necesidades del paciente, desde su llegada al país hasta el seguimiento post-tratamiento.

El enfoque de competitividad también ha sido abordado por López Rodríguez (2023), quien plantea que el turismo médico en Colombia ha evolucionado hacia un modelo de “ventaja

competitiva”; este concepto implica que, aunque las instituciones compiten entre sí, también pueden cooperar estratégicamente para fortalecer el sector como un todo. En este modelo, las alianzas entre clínicas odontológicas, hoteles, agencias de turismo y aseguradoras permiten ofrecer un servicio completo que mejora la experiencia del paciente y eleva el prestigio de la ciudad como destino internacional.

La innovación organizacional es otro componente esencial en el desarrollo del turismo médico. Martínez Garcés (2020) enfatiza que los centros estéticos y odontológicos deben adoptar modelos de gestión modernos que incluyan no solo tecnología de punta, sino también procesos de atención orientados a la satisfacción del cliente, estos procesos incluyen instalaciones modernas, atención bilingüe, asesoría médica personalizada y un enfoque centrado en el bienestar y la seguridad del paciente, todo lo cual contribuye a la diferenciación del servicio en el mercado internacional.

El diseño de un portafolio de servicios odontológicos que combine tratamientos clínicos avanzados como diseño de sonrisa, implantes dentales, ortodoncia estética y cirugía maxilofacial con servicios de medicina estética facial puede representar una propuesta de valor altamente atractiva para el paciente internacional; este enfoque integral no solo mejora los resultados estéticos, sino que también responde a las nuevas demandas de los usuarios, quienes valoran una experiencia completa más allá del tratamiento odontológico.

López Rodríguez (2023) destaca que Colombia cuenta con una ventaja competitiva en el turismo médico gracias a la calidad de sus profesionales, los costos más bajos frente a otros países y la calidez humana del trato. Estos elementos deben potenciarse mediante estrategias de marketing internacional, participación en ferias del sector salud y alianzas con agencias que canalicen pacientes desde el exterior, todo lo cual contribuirá a posicionar a Cali como un destino de referencia en odontología estética.

Odontología estética

Uno de los servicios con mayor proyección dentro del turismo médico es la odontología estética, este tipo de atención ha dejado de ser exclusiva de los ciudadanos locales para convertirse en una opción viable para pacientes extranjeros que buscan calidad, tecnología avanzada y precios competitivos. Este campo no solo busca restaurar la funcionalidad dental, sino

también mejorar la apariencia facial del paciente, combinando técnicas de diseño de sonrisa, ortodoncia estética, blanqueamiento dental, carillas y rehabilitación oral avanzada.

En contextos globales, los pacientes priorizan cada vez más la estética como parte integral de su bienestar, lo que ha impulsado el crecimiento de clínicas especializadas en países como Colombia, según Mesa (2023), el Valle del Cauca y en particular la ciudad de Cali se ha destacado como una de las regiones líderes en turismo dental, debido a su capacidad técnica, calidad del servicio, y costos accesibles frente a países como Estados Unidos y Canadá, esta creciente demanda exige un enfoque integral que incorpore innovación tecnológica, atención personalizada y estándares internacionales de bioseguridad para garantizar resultados satisfactorios y experiencias positivas en los pacientes extranjeros.

Factores de decisión del paciente internacional

En cuanto al comportamiento del consumidor, Sánchez Marín (2023) resalta que factores como la confianza, la atención personalizada, la reputación del servicio y la recomendación voz a voz influyen significativamente en la decisión de compra de servicios médicos por parte de pacientes extranjeros, por tanto, es fundamental construir una marca sólida, con presencia digital multilingüe y estrategias de comunicación claras que transmitan profesionalismo, seguridad y empatía.

Además, el crecimiento de las migraciones hacia Colombia también amplía el perfil de potenciales pacientes, el Perfil Migratorio de Colombia 2021, elaborado por la OIM (Ramírez Herrera, 2022), evidencia un aumento considerable en el flujo de personas provenientes del extranjero, muchas de las cuales acceden a servicios de salud en el país; esta realidad representa una oportunidad para adaptar la oferta odontológica a una población migrante que, aunque residente, mantiene estándares y expectativas internacionales en cuanto a la calidad del servicio.

A nivel regional, la ciudad de Cali ha demostrado un avance significativo en la atracción de pacientes internacionales. Ospina Henao (2025) sostiene que la ciudad se encuentra entre las principales del país en términos de recepción de turistas de salud, gracias a su infraestructura médica, su oferta cultural y turística, y su conectividad aérea, esta posición privilegiada permite diseñar modelos de negocio innovadores enfocados en el paciente internacional, con paquetes que integren salud, turismo, bienestar y hospitalidad.

Sin embargo, Castro (2023) advierte sobre los retos que enfrenta el turismo médico en Cali, entre ellos la necesidad de profesionalizar aún más el servicio, garantizar el cumplimiento normativo, y mejorar la articulación entre sectores, esto implica que, la implementación de estándares de calidad, acreditaciones internacionales y protocolos de bioseguridad robustos son elementos esenciales para posicionar un servicio odontológico en el mercado global y generar confianza en el paciente.

Relación entre el turismo médico y el sistema de salud colombiano

En el contexto del sistema de salud colombiano, el turismo médico plantea una serie de tensiones y sinergias importantes que deben considerarse. Este fenómeno ha surgido como respuesta a las limitaciones de acceso en los sistemas de salud de países desarrollados, donde los tratamientos especializados pueden ser extremadamente costosos o implicar largas listas de espera (Connell, 2011; Snyder et al., 2013).

Colombia, con su oferta médica competitiva y profesionales altamente calificados, ha aprovechado esta demanda para atraer pacientes internacionales, particularmente en áreas como la cirugía estética, la odontología y la oftalmología (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2022); sin embargo, la expansión de servicios de turismo médico también puede generar una dualización del sistema: mientras pacientes extranjeros acceden a servicios privados de alta gama, los nacionales enfrentan restricciones de cobertura o demoras dentro del sistema subsidiado o contributivo (Homedes & Ugalde, 2016).

Esta coexistencia de dos modelos de atención puede acentuar desigualdades si no se regulan adecuadamente los flujos de inversión, talento humano y recursos hacia el turismo médico, en detrimento de la cobertura universal. No obstante, si se gestionan con políticas integradas, los ingresos generados por el turismo médico podrían fortalecer la infraestructura y capacidades del sistema nacional, contribuyendo a mejorar el acceso y la calidad para todos los usuarios.

En conclusión, el diseño de un servicio odontológico estético de alta calidad para pacientes extranjeros en Cali debe sustentarse en una visión integral que abarque calidad clínica, atención personalizada, innovación tecnológica y alianzas estratégicas, a partir del análisis de los autores revisados, se evidencia que existe un marco favorable para la consolidación de este

modelo, siempre que se desarrollen estrategias sostenibles, competitivas y centradas en la experiencia del paciente. Este enfoque no solo fortalecerá la economía local, sino que también posicionará a la ciudad como referente internacional en turismo médico.

Metodología

Enfoque Metodológico

Este estudio adopta un enfoque mixto, integrando métodos cualitativos y cuantitativos para obtener una comprensión holística del fenómeno del turismo odontológico en Cali.

Enfoque cualitativo

Se realizarán 13 entrevistas semiestructuradas a actores clave del sector odontológico en Cali, incluyendo odontólogos especializados en estética dental, gerentes de clínicas odontológicas, representantes de agencias de turismo médico y pacientes extranjeros que han recibido tratamientos en la ciudad, estas entrevistas permitieron explorar en profundidad las percepciones, experiencias y expectativas relacionadas con la prestación de servicios odontológicos a pacientes internacionales.

Enfoque cuantitativo

Se recopilaran y analizaran datos estadísticos relevantes para contextualizar el entorno del turismo odontológico en Cali:

Número de consultorios odontológicos en Cali: Se hará un análisis en bases de datos institucionales y regionales para identificar los consultorios odontológicos en Cali. Según el portal Nexdu, existen aproximadamente 1,000 centros odontológicos en Cali, ofreciendo una amplia gama de servicios que incluyen odontología estética, ortodoncia e implantología (Nexdu, 2025).

Premios y reconocimientos en odontología: Se hará un análisis en bases de datos institucionales y regionales para identificar premios y reconocimientos en odontología. La odontóloga colombiana Tarsys Loayza Roys ha sido reconocida internacionalmente, incluyendo su inclusión en el "World's Top 100 Doctors" y la obtención del premio Quality Summit Platinum, destacando la excelencia de la odontología colombiana en el ámbito global (El Universal, 2025).

Demanda de servicios odontológicos por extranjeros: Se hará un análisis en bases de datos institucionales y regionales para identificar la demanda de servicios odontológicos por extranjeros. El Valle del Cauca concentra más del 15% de la oferta profesional odontológica del país, y Cali es una de las ciudades más visitadas por nacionales y extranjeros para tratamientos estéticos dentales, como blanqueamientos y diseños de sonrisa (Mesa, 2023).

Resultados

Análisis estratégico FODA y entorno competitivo

El análisis DOFA para la creación de un Centro Estético Dental de Turismo de Salud en Cali resalta diversas fortalezas y oportunidades que respaldan el potencial éxito del proyecto, cuenta Cali cuenta con un sistema de salud de alta calidad y tarifas competitivas, lo que atrae a pacientes internacionales que buscan servicios médicos de calidad a precios accesibles, además, las alianzas con entidades como la Alcaldía, la Gobernación del Valle y Procolombia han impulsado iniciativas para promocionar a Cali como un destino de turismo médico, generando una infraestructura favorable para captar pacientes internacionales. La multiculturalidad y la biodiversidad de la región también enriquecen la experiencia de los turistas de salud, quienes pueden disfrutar de la oferta recreativa mientras reciben tratamientos especializados. La odontología, junto a otras especialidades como la cirugía plástica, posicionan a la región como un destino atractivo en el mercado global de turismo médico, y se proyectan como una fuente de crecimiento para los próximos años. A continuación se evidencia el análisis DOFA:

Análisis de entorno

Análisis DOFA

	Fortalezas	Debilidades
	Multiculturalidad : Cali cuenta con una población diversa que puede atraer a diferentes grupos de turistas.	Falta de innovación constante : No todas las empresas del sector desarrollan procesos innovadores efectivos.
	Excelencia en el sector salud : La ciudad tiene clínicas de renombre y profesionales altamente capacitados en odontología y cirugía plástica.	Visión estratégica limitada : Algunas empresas carecen de una visión clara para adaptarse a las tendencias del turismo de salud.
	Infraestructura deportiva : La infraestructura existente en la ciudad puede atraer a pacientes interesados en combinar tratamientos médicos con actividades recreativas.	Dependencia de sectores específicos : El enfoque en odontología y cirugía plástica podría limitar la diversificación de servicios.
	Desarrollo de modelos de negocio : Se están fortaleciendo los modelos de negocio asociados a la gestión de pacientes internacionales.	Infraestructura insuficiente en ciertas áreas : Aunque hay buenas instalaciones, algunas áreas pueden necesitar mejoras para recibir turistas.
	Ventajas competitivas en calidad y precio : Colombia se posiciona como un destino atractivo debido a la calidad de sus servicios y precios competitivos.	Falta de información clara : Puede haber carencia de información detallada sobre requisitos para viajar y recibir atención.
	Capacitación del personal : Iniciativas de capacitación pueden mejorar la atención y servicio al paciente internacional.	Capacitación desigual del personal : La calidad de la atención puede variar según el personal capacitado en el sector.
Oportunidades	1-Estrategias FO	2-Estrategias DO
Acuerdos institucionales : La colaboración entre la Alcaldía, la Gobernación, Procolombia y la	1. Paquetes de Turismo Médico : Diseñar paquetes integrados que combinen atención odontológica,	1. Formación Continua del Personal : Crear un programa de formación continua que incluya actualización en tendencias del turismo médico y

Cámara de Comercio puede facilitar el crecimiento del turismo médico.	hospedaje y oferta turística local, orientados al perfil del paciente internacional.	atención al paciente internacional, alineado con las iniciativas de promoción.
Incremento de la promoción turística : La Secretaría de Turismo de Cali está trabajando en visibilizar a la ciudad como un destino turístico internacional.		
Inversión pública y privada : El aumento de inversiones en el sector turístico por parte de entidades públicas y privadas puede beneficiar el crecimiento del centro.	2. Campañas de Marketing Conjunto : Desarrollar campañas de marketing en colaboración con la Alcaldía y la Gobernación para promocionar a Cali como un destino de turismo de salud, resaltando la excelencia en servicios médicos.	2. Plataforma de Información : Crear una plataforma en línea que ofrezca información clara y detallada sobre los procedimientos, requisitos y beneficios del turismo médico en Cali, ayudando a superar la falta de información.
Fortalecimiento del Cluster de Excelencia Clínica : Las iniciativas para mejorar la atención a pacientes internacionales pueden aumentar la competitividad del centro.		
Demanda creciente : El turismo médico está en aumento a nivel mundial, lo que abre la puerta a una mayor captación de pacientes internacionales.	3. Fidelización de Pacientes Internacionales : Implementar un programa de fidelización para pacientes internacionales, ofreciendo descuentos o beneficios en tratamientos futuros, aprovechando la multiculturalidad de Cali para atraer a diferentes nacionalidades.	3. Evaluación de la Competitividad : Realizar estudios periódicos sobre la competitividad del sector para identificar áreas de mejora, permitiendo ajustes en la estrategia del centro que respondan a las demandas del mercado.
Alternativa de desarrollo sostenible : El turismo médico puede contribuir al desarrollo territorial sostenible en la región.		
Amenazas	3-Estrategias FA	4-Estrategias DA
Competencia internacional : El crecimiento del turismo médico en otros países puede desviar la atención de pacientes potenciales.	1. Diferenciación de Servicios : Desarrollar y promocionar servicios únicos y especializados que no estén fácilmente disponibles en otros países, como	1. Plan de Gestión de Riesgos : Desarrollar un plan de gestión de riesgos que incluya estrategias para abordar la falta de innovación y la percepción negativa, así como protocolos de

Cambios en regulaciones : Las nuevas normativas internacionales o locales pueden afectar el flujo de pacientes.	tratamientos dentales innovadores, para atraer a pacientes.	atención al cliente que garanticen una experiencia positiva.
Crisis económica global : Factores económicos pueden reducir la capacidad de gasto en salud de los turistas internacionales.	2. Campañas de Reputación : Promover campañas que aborden y mejoren la percepción del país, enfocándose en testimonios de pacientes satisfechos y en la calidad de atención recibida.	2. Análisis de Mercado : Realizar análisis de mercado frecuentes para identificar tendencias emergentes y ajustar la oferta del centro, asegurando que se mantenga competitivo frente a las amenazas del sector.
Percepción negativa del país : Problemas de seguridad y percepción negativa pueden afectar la decisión de los turistas.		
Desafíos logísticos : Dificultades en la logística de transporte y alojamiento para pacientes pueden impactar la experiencia.	3. Colaboración con Instituciones Internacionales : Establecer alianzas con instituciones de salud internacionales para certificar la calidad de los servicios ofrecidos, mejorando la confianza de los pacientes extranjeros y contrarrestando la competencia internacional.	3. Estrategias de Seguridad : Implementar y comunicar estrategias de seguridad y protocolos de atención al paciente, para abordar cualquier preocupación sobre la seguridad del país, ayudando a mejorar la percepción y confianza de los turistas.
Desarrollo de locales alternativos : El crecimiento de centros de salud en los países de origen de los pacientes puede restablecer atractivo a Colombia.		

Nota: Elaboración propia con base a (Alcaldía de Santiago de Cali, 2024), (Consejo Privado de Competitividad , 2019), (Cámara de comercio Cali, 2021), (Mantilla Mejía, 2023) y (Martínez Garcés, 2020).

Existen debilidades y amenazas que representan desafíos significativos para el proyecto; a nivel interno, la falta de innovación en algunos servicios y la carencia de una estrategia de capacitación continua para el personal pueden limitar el crecimiento sostenido en un mercado tan competitivo; a nivel externo, la competencia de otros destinos internacionales y la percepción de inseguridad en algunas zonas del país son factores que pueden influir negativamente en la atracción de pacientes extranjeros, además, la constante necesidad de innovar y adaptar la oferta a las tendencias del mercado global es una exigencia que debe cumplirse para mantener la competitividad del sector, por ello, será fundamental implementar un plan de gestión de riesgos y realizar mejoras en la infraestructura y el servicio al cliente, garantizando una experiencia integral que refuerce la imagen de Cali como un destino confiable y atractivo para el turismo de salud.

Estrategias de mitigación y aprovechamiento según el análisis FODA

Con base en el análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA), se han formulado estrategias orientadas a mitigar los riesgos del entorno y fortalecer la propuesta de valor del servicio odontológico estético. A continuación, se detallan las estrategias clasificadas en cuatro grupos: FO (fortalezas-oportunidades), DO (debilidades-oportunidades), FA (fortalezas-amenazas) y DA (debilidades-amenazas), las cuales permiten una respuesta integral al entorno competitivo del turismo médico en la ciudad de Cali.

El modelo de atención propuesto reconoce que, pese a las fortalezas del entorno local y las oportunidades del mercado internacional, existen riesgos que deben ser abordados de manera anticipada para garantizar la sostenibilidad y competitividad del servicio odontológico estético en Cali.

En primer lugar, frente a la competencia internacional creciente, especialmente en países con estrategias consolidadas en turismo médico como México, Costa Rica o Tailandia, se plantea una estrategia de diferenciación de la oferta, mediante el desarrollo de tratamientos integrales poco comunes en otros destinos, acompañados de una experiencia personalizada tipo VIP, tecnologías avanzadas, y alianzas con aseguradoras globales que faciliten la cobertura.

Respecto a la percepción negativa del país por temas de seguridad, se propone implementar un plan robusto de gestión reputacional, basado en testimonios de pacientes

satisfechos, certificaciones de calidad y alianzas con instituciones internacionales que respalden la seguridad del servicio. Este enfoque comunicacional se integrará al plan de marketing digital y a los canales de información para el paciente.

Para mitigar los riesgos asociados a fallas en la innovación o en la capacitación del personal, se implementará un programa de formación continua, con módulos en atención intercultural, tecnología odontológica y gestión de la experiencia del paciente internacional. Además, se establecerán indicadores de calidad y protocolos estandarizados que permitan garantizar una atención homogénea y alineada con estándares internacionales.

Asimismo, la amenaza derivada de cambios regulatorios o exigencias legales será abordada mediante un acompañamiento legal permanente, que permita anticipar ajustes en habilitaciones, normativas migratorias o condiciones de operación con pacientes extranjeros. Esto incluye la revisión bimensual de licencias, requisitos y convenios con el Ministerio de Salud y la Superintendencia Nacional de Salud.

Finalmente, ante eventuales fluctuaciones de la demanda internacional por factores económicos, sanitarios o logísticos, se estructurará un modelo de ingresos diversificado, que combine paquetes con atención local y migrante, convenios corporativos, turismo de bienestar y membresías anuales, asegurando ingresos estables incluso ante escenarios de incertidumbre.

Plan de acción para la implementación del modelo de atención en turismo odontológico estético en Cali

Estrategia	Meta	Responsables	Recursos estimados (cop)
1. Diferenciación de la oferta con enfoque vip	Diseñar 2 paquetes odontológicos integrales con valor agregado en 6 meses.	Dirección clínica, gerencia comercial	\$25.000.000 (incluye diseño de paquetes, protocolos y alianzas mínimas).
2. Alianzas con aseguradoras internacionales	Firmar 1 convenio piloto en el primer año.	Dirección administrativa, consultor externo	\$10.000.000 (gestión documental, contacto virtual, legal básico).
3. Gestión reputacional y marketing digital	Desarrollar campaña básica en redes, página web bilingüe y 3 videos testimoniales.	Comunicaciones, agencia digital local	\$45.000.000 (paquete reducido de diseño + pauta inicial).

4. Formación continua del personal	Capacitar a 6 miembros clave del equipo en atención internacional y tecnología.	Recursos humanos, institución académica aliada	\$20.000.000 (convenios con entidades locales, modalidad virtual).
5. Protocolos clínicos estandarizados	Elaborar 6 protocolos esenciales en calidad y experiencia del paciente.	Dirección clínica, asesoría técnica	\$10.000.000 (manual básico, formatos, revisión externa).
6. Acompañamiento legal y regulatorio	Crear sistema de seguimiento semestral con asesoría jurídica externa.	Asesor legal, dirección general	\$7.000.000 (consultoría anual externa puntual).
7. Diversificación de fuentes de ingreso	Activar 2 canales alternos (paquetes para migrantes y convenios empresariales).	Dirección financiera, comercial	\$13.000.000 (material promocional + gestión comercial virtual).

Nota: Elaboración propia

Análisis PESTEL

Dimensión	Factor	Variable	Descripción de la variable	Impacto sobre la empresa
Político	Estabilidad política	Riesgo de conflicto o cambio de gobierno	La estabilidad en Colombia es crucial para atraer turistas de salud, quienes buscan un ambiente seguro para sus tratamientos.	La estabilidad mejora la percepción de seguridad, crucial para los pacientes extranjeros.
	Apoyo institucional	Programas y acuerdos de turismo de salud	El respaldo de la alcaldía y gobernación del valle facilita el desarrollo de proyectos turísticos de salud, promoviendo la inversión en este sector.	El apoyo institucional impulsa la visibilidad y posicionamiento del centro estético dental en el mercado internacional.
	Relaciones internacionales	Alianzas con países vecinos y aseguradoras	Convenios con aseguradoras y países del caribe son clave para asegurar flujos de pacientes interesados en tratamientos médicos.	Mejora la atracción de pacientes y facilita el crecimiento del centro estético dental a nivel regional.
Económico	Fluctuación de divisas	Tipo de cambio favorable	El valor del frente dólar al peso colombiano incentiva a los turistas extranjeros,	Aumenta la competitividad de los precios y atrae mayor

			quienes encuentran tratamientos a costos competitivos.	cantidad de pacientes internacionales.
	Crecimiento del turismo de salud	Demanda creciente en el sector	A nivel mundial, el turismo de salud muestra un crecimiento sostenido, impulsado por la demanda de tratamientos médicos y estéticos de calidad.	Expande el mercado potencial y asegura una demanda creciente para el centro estético dental.
	Inversión en infraestructura	Mejora en infraestructura turística y de salud.	La inversión en infraestructura facilita el acceso y la comodidad de los pacientes internacionales durante su estancia en Cali.	Incrementa la competitividad del centro y mejora la experiencia del paciente.
Social	Envejecimiento de la población	Mayor demanda de tratamientos estéticos.	La tendencia global hacia el envejecimiento incrementa la demanda de servicios dentales y estéticos, especialmente en el turismo médico.	Amplía el mercado potencial, aumentando la demanda de servicios dentales en el centro.
	Preferencia por el turismo de salud.	Cultura de cuidado de la salud	Los turistas valoran cada vez más los destinos que ofrecen tratamientos de salud y estéticos, buscando calidad y precios accesibles.	Facilita la atracción de pacientes interesados en servicios de alta calidad a precios competitivos.
	Percepción de seguridad en el país	Percepción de Colombia como destino seguro	La seguridad es clave para el turismo; cualquier percepción de inseguridad podría desincentivar la llegada de pacientes internacionales.	La percepción negativa de la seguridad podría limitar el flujo de pacientes al centro estético.
Tecnológico	Avances en tecnología dental	Tecnología de punta en procedimientos	El uso de equipos de última generación y técnicas avanzadas en odontología mejora los resultados y la experiencia del paciente.	Incrementa la reputación del centro estético, posicionándolo como una opción de alta calidad.

	Innovación en comunicación digital	Marketing digital en redes sociales	La comunicación digital permite alcanzar a pacientes internacionales y educarlos sobre los beneficios de los tratamientos dentales en Cali.	Aumente la visibilidad y facilite el contacto con pacientes potenciales internacionales.
	Implementación de software de gestión	Sistemas para la gestión del paciente	La implementación de un software especializado permite gestionar el proceso de atención de manera eficiente y profesional.	Mejora la organización interna y optimiza la atención y satisfacción del paciente.
Ecológico	Conciencia ambiental en el turismo de salud.	Preferencia por prácticas sostenibles	El turismo de salud está adoptando prácticas ecológicas, los pacientes valoran destinos comprometidos con la sostenibilidad.	Posicionar el centro como ecológicamente responsable mejora su imagen y atrae a pacientes con valores sostenibles.
	Regulación medioambiental	Cumplimiento de estándares ambientales	Las regulaciones ambientales requieren un manejo adecuado de residuos médicos y procedimientos sostenibles en el sector salud.	Cumplir con estas normas reduce los riesgos legales y mejora la reputación del centro.
	Uso de materiales ecoamigables	Materiales dentales y equipos sostenibles	Los avances en materiales de uso médico permiten opciones más sostenibles, alineadas con prácticas de reducción de impacto ambiental.	Mejorar la sostenibilidad del centro puede ser un atractivo adicional para los pacientes conscientes del medio ambiente.
Legal	Normativas de salud en turismo.	Normas para tratamiento a pacientes extranjeros	Existen regulaciones específicas para la atención de pacientes extranjeros en el país, asegurando estándares de calidad y seguridad en el servicio.	Cumplir con las normativas es esencial para asegurar la operación legal del centro y su prestigio internacional.
	Visado y permisos para extranjeros	Requisitos de entrada para tratamientos	La facilidad de acceso para pacientes internacionales es un factor clave, ya que algunos países	Facilitar el acceso puede incrementar la afluencia de pacientes extranjeros al centro.

			requieren visado para tratamientos médicos.
Protección al consumidor	Derechos y protección de los pacientes	La regulación de protección al consumidor permite a los pacientes internacionales tener seguridad en sus tratamientos y en la calidad de los servicios ofrecidos.	Aumente la confianza en el centro estético, respaldando su atractivo como destino de turismo de salud.

Nota: Elaboración propia

El análisis PESTEL revela que el entorno político y económico es favorable para el desarrollo de un centro de turismo de salud en Cali, la colaboración entre entidades gubernamentales, como ProColombia y la Alcaldía, junto con las políticas de promoción del turismo médico, facilita un entorno propicio para atraer inversión y promover el crecimiento del sector. Asimismo, las ventajas competitivas de Colombia en términos de costos más accesibles en comparación con países desarrollados y la alta calidad del talento odontológico y médico refuerzan el atractivo del proyecto para pacientes internacionales, proporcionando una oportunidad sólida de expansión.

El componente tecnológico y ecológico presenta retos importantes para el proyecto, si bien la implementación de nuevas tecnologías odontológicas y de gestión de pacientes internacionales es clave para mejorar la competitividad del centro, esto implica costos significativos y la necesidad de una actualización constante de herramientas y formación del personal. Además, existe una creciente expectativa de responsabilidad ambiental en proyectos de salud y turismo, que implica un compromiso con prácticas sostenibles. Esto podría representar un desafío si no se planifican adecuadamente estrategias de sostenibilidad que abarquen el manejo de residuos médicos y el consumo de recursos, aspectos que son cada vez más valorados en el mercado del turismo de salud.

Competidores locales

A continuación se hace un análisis de los tres principales competidores a los que se enfrenta la presente propuesta.

Variable / Clínicas	Dr. Alejandro Martínez (Dr. Martínez)	Clínica Tascón Odontología	Destination Dental
Portafolio de servicios	Muy amplio: estética, ortodoncia, implantes, rehabilitación, endodoncia, periodoncia, cirugía, armonización	Completo: estética, implantes, ortodoncia, periodoncia, endodoncia y armonización orofacial	Todas las especialidades odontológicas + otros servicios de turismo médico
Tecnología disponible	Escáner intraoral, CAD/CAM, microscopio, fluorescencia, aislamiento absoluto, 3D	Equipos modernos y dispositivos digitales avanzados (no detallados)	Tecnología odontológica de punta (no especificada)
Paquetes turísticos	Diseñados para turismo dental con alojamiento, transporte, gastronomía, entretenimiento	Servicios de hotel y transporte hasta aeropuerto; cronograma de viaje y tratamiento	Paquetes integrales con turismo médico
Alianzas y convenios	Convenios con hoteles, traslados exclusivos, asesoría turística completa	Alianzas hoteleras, transporte y alojamiento garantizado	Colaboración con agencias de turismo médico
Atención e idiomas	Valoración virtual gratuita, transporte VIP, atención personalizada	Atención en español e inglés, personal bilingüe garantizado	Atención personalizada y turismo médico
Marketing / presencia online	Sitio web propio con blog, redes sociales, precios y paquetes visibles	Página web multilingüe y redes sociales activas	Web profesional con énfasis en turismo médico
Precios orientativos	Carillas desde USD 145–350, implantes desde USD 700 + corona, limpieza USD 90	No detallados, se enfatiza "precios justos"	No visibles en web
Foco en experiencia VIP	Transporte puerta a puerta, ambiente premium, tecnología avanzada	Hidrataciones y acompañamiento continuo en tratamientos	Enfocado en experiencia completa del paciente
Especialización en estética	Amplia: diseño sonrisa, carillas, ortodoncia estética, armonización orofacial	Estética dental avanzada y armonización orofacial	Estética + odontología integral

Nota: Elaboración propia con base a (Dr. Alejandro Martínez , 2025), (Clínica Tascón, 2025)

Diseño del modelo de negocio

El diseño del modelo de negocio para un servicio odontológico estético integral dirigido a pacientes internacionales en la ciudad de Cali se fundamenta en la creciente demanda global por el turismo médico y la competitividad de Colombia en el sector salud, este modelo busca integrar atención clínica de alta calidad con una experiencia personalizada y diferenciadora que combine tecnología avanzada, talento humano altamente calificado y una propuesta de valor centrada en el bienestar del paciente. A través de alianzas estratégicas con hoteles, agencias de turismo médico, aseguradoras internacionales y otros actores del ecosistema, se proyecta un servicio sostenible, innovador y competitivo, el modelo se estructura bajo un enfoque de salud integral, atención VIP y cumplimiento riguroso de estándares normativos, permitiendo posicionar a Cali como un destino de referencia en odontología estética a nivel internacional.

Misión

Ser un centro de excelencia en salud dental estética que ofrece tratamientos de alta calidad y tecnología avanzada, enfocado en brindar una experiencia integral a pacientes internacionales. Promovemos la salud bucal y la estética dental mediante atención personalizada y profesional, contribuyendo al posicionamiento de Santiago de Cali como destino de turismo de salud en Latinoamérica.

Visión

Para 2027, seremos el centro estético dental líder en el turismo de salud en Colombia, reconocido a nivel internacional por la calidad de nuestros servicios, la innovación en tecnología dental y la atención integral para pacientes de todas partes del mundo, aspiramos a construir alianzas estratégicas que fortalezcan la experiencia de nuestros pacientes, consolidándonos como un referente en el turismo médico y estético.

Descripción del servicio-Portafolio de servicios

Servicio	Descripción
Implantes dentales	Colocación de implantes dentales de alta precisión para restaurar la funcionalidad y estética de la dentadura.
Blanqueamiento dental	Tratamientos de blanqueamiento avanzados y seguros que mejoran el color natural de los dientes, adaptados a la sensibilidad de cada paciente.
Ortodoncia estética	Servicios de ortodoncia con opciones estéticas, como alineadores transparentes, para mejorar la alineación dental sin comprometer la estética del paciente.
Diseño de sonrisa	Diseño de sonrisa personalizado, que incluye carillas de porcelana y resinas compuestas para lograr una apariencia armoniosa y natural.
Cirugía maxilofacial	Intervenciones quirúrgicas para corregir problemas de maxilares, incluyendo alteraciones faciales y otros procedimientos reconstructivos.
Tratamientos periodontales	Cuidado de las encías y tratamiento de enfermedades periodontales para mantener una buena salud bucal y prevenir problemas graves a largo plazo.
Endodoncia avanzada	Servicios especializados de endodoncia (tratamiento de conductos) para resolver problemas de dolor e infecciones en la raíz dental con tecnología de punta.
Odontología preventiva	Programas de revisión y limpieza periódicas para asegurar la salud bucal continua y prevenir problemas dentales futuros.
Atención integral para el paciente internacional	Servicios especializados de asesoría y logística, incluyendo traslados, alojamiento en hoteles aliados y servicio bilingüe.

Nota: Este estudio

Precios servicios

Servicio	Descripción Breve	Precio Estimado (COP)
Implantes dentales	Implante de titanio con corona cerámica o zirconio.	\$3.500.000 – \$5.800.000
Blanqueamiento dental	Técnica de blanqueamiento LED y gel especializado.	\$600.000 – \$1.200.000
Ortodoncia estética	Alineadores invisibles (Invisalign u otros).	\$6.000.000 – \$10.000.000
Diseño de sonrisa	Carillas de resina o porcelana, análisis y simulación.	\$4.000.000 – \$12.000.000
Cirugía maxilofacial	Procedimientos quirúrgicos funcionales y estéticos.	\$8.000.000 – \$20.000.000
Tratamientos periodontales	Tratamiento de encías y limpieza profunda.	\$400.000 – \$1.500.000

Endodoncia avanzada	Tratamiento de conducto con tecnología rotatoria y radiovisografía.	\$800.000 – \$1.200.000 por diente
Odontología preventiva	Limpieza, revisión y profilaxis completa.	\$250.000 – \$500.000
Atención integral internacional	Coordinación VIP: traslados, hotel, intérprete, logística.	\$1.500.000 – \$3.000.000

Los precios pueden variar según promociones, paquetes combinados y acuerdos con aseguradoras o agencias de turismo médico, se recomienda realizar una valoración inicial (gratuita o con costo reembolsable) para cotización precisa.

Canales de distribución y venta – consultorio

El modelo de negocio se apoya en una combinación de canales digitales y presenciales para garantizar una experiencia fluida, confiable y personalizada desde el primer contacto hasta la atención post-tratamiento. Estos canales están diseñados para atraer, comunicar y fidelizar a pacientes extranjeros interesados en servicios odontológicos de alta calidad:

1. Página Web Oficial Multilingüe (Español – Inglés – Portugués)

- Actúa como canal primario de contacto e información.
- Contiene descripciones detalladas de tratamientos, testimonios, casos clínicos, precios orientativos y formularios de valoración virtual.
- Incluye botón de WhatsApp, reserva de citas en línea, blog informativo y chat automático.

2. Redes sociales y publicidad segmentada

- Instagram, Facebook y YouTube como vitrinas visuales para mostrar resultados, instalaciones, tecnología y experiencias VIP.
- Publicidad dirigida en mercados estratégicos (EE.UU., Canadá, Chile, Ecuador, Europa) mediante campañas con influencers médicos, odontólogos aliados y contenido educativo.

3. Consultorio físico (Showroom Odontológico)

- Espacio moderno, estético y sensorial diseñado como experiencia premium para pacientes.

- Atención con tecnología avanzada, ambientación con aromas relajantes, café de bienvenida, y personal bilingüe.
- Espacio para valoraciones presenciales, procedimientos, charlas con especialistas y presentación del plan integral.

4. Alianzas internacionales y referidos

- Convenios con clínicas en el extranjero, agencias de turismo médico y aseguradoras que derivan pacientes directamente.
- Programas de referidos con incentivos para pacientes satisfechos y médicos aliados.

5. Ferias y eventos internacionales

- Participación en ferias de turismo médico, congresos de odontología estética y eventos de networking.
- Presentación del portafolio de servicios, atención personalizada y paquetes especiales.

6. Atención virtual y videoconsultas

- Canal clave para valoraciones previas al viaje, diagnóstico preliminar, entrega de cotizaciones, agendamiento y orientación logística.
- Incluye asesoría sobre vuelos, hoteles y servicios complementarios.

7. Agencias de turismo médico

- Distribución mediante terceros especializados en captar y organizar viajes de salud para extranjeros.
- Integración con plataformas como Medigo, Dental Departures, WhatClinic y operadores regionales.

Propuesta de valor

En primer lugar para identificar la propuesta de valor es necesario identificar las necesidades y oportunidad en el mercado local.

Necesidad del mercado

En la actualidad, el turismo médico, y en particular el turismo odontológico, ha experimentado un crecimiento significativo en América Latina debido a la combinación de costos competitivos, calidad profesional y disponibilidad tecnológica. Cali, como ciudad con una

infraestructura médica avanzada, profesionales capacitados y precios accesibles en comparación con países como Estados Unidos o Canadá, se posiciona como un destino atractivo para pacientes extranjeros que buscan tratamientos odontológicos estéticos de alta calidad; sin embargo, a pesar de este potencial, aún existe una necesidad insatisfecha de servicios que integren atención personalizada, experiencia VIP, rehabilitación oral avanzada, medicina estética complementaria y una oferta logística completa (transporte, hospedaje, entretenimiento) bajo estándares internacionales, esta carencia representa una oportunidad clara de mercado para desarrollar un servicio diferenciado que no solo resuelva necesidades funcionales del paciente, sino también emocionales y experienciales, lo cual es esencial en este nicho de salud y turismo de alto valor agregado.

Propuesta de valor centro estético dental

La propuesta de valor del centro odontológico estético internacional en Cali se fundamenta en ofrecer una experiencia clínica integral y exclusiva, diseñada especialmente para pacientes extranjeros que buscan procedimientos de alta calidad, atención personalizada y acompañamiento logístico en un solo lugar. Esta propuesta articula excelencia médica, confort, seguridad y turismo de bienestar, respondiendo a una necesidad creciente de pacientes que, en sus países de origen, enfrentan altos costos, largos tiempos de espera o limitada cobertura para tratamientos estéticos.

A diferencia de otros centros, el presente modelo no se limita a la prestación de un procedimiento odontológico: integra un ecosistema de servicios que incluye valoración virtual gratuita, coordinación de viajes, alojamiento en hoteles aliados, intérpretes, medicina estética complementaria, seguimiento post-tratamiento remoto y una atención sensorial diseñada para generar confianza, descanso y satisfacción. Este enfoque holístico y hospitalidad odontológica se traduce en una experiencia VIP, donde cada contacto del paciente con el centro desde la cotización hasta su retorno es gestionado con estándares internacionales y calidez humana.

El diferencial clave frente a la competencia local e internacional radica en la fusión entre salud, estética, turismo y tecnología, expresada en:

- Portafolio exclusivo y personalizable, ajustado al perfil del paciente internacional.
- Tecnología de vanguardia, como escáneres 3D, diseño digital de sonrisa (DSD) y radiología CBCT.

- Modelo de atención bilingüe y multicultural, con personal capacitado en competencias blandas e interculturalidad.
- Red de alianzas internacionales, con aseguradoras, agencias médicas y clínicas referidoras en EE.UU., Canadá, España y Centroamérica.

Con esta propuesta, se busca posicionar a Cali como un destino líder en turismo odontológico en América Latina, diferenciándose no solo por el precio, sino por la calidad clínica, la seguridad, y una experiencia que combina salud, confianza y bienestar.

Servicio de valor

La propuesta de valor se centra en ofrecer un servicio integral de salud estética y dental de alta especialización, diseñado para satisfacer las necesidades de pacientes nacionales y extranjeros que buscan transformar su sonrisa y apariencia facial con estándares de calidad internacional.

El servicio combina tres pilares fundamentales:

Pilar del servicio	Descripción
Odontología avanzada y rehabilitación oral integral	Se brinda atención especializada en rehabilitación oral funcional y estética, con el respaldo de tecnología de última generación, como escáneres intraorales, tomografías 3D, diseño digital de sonrisa (DSD) y sistemas CAD/CAM. Cada tratamiento es diseñado a medida, garantizando precisión, biocompatibilidad y resultados duraderos que mejoran la salud bucal y la armonía facial.
Medicina estética y rejuvenecimiento facial	Complementamos los tratamientos odontológicos con procedimientos de medicina estética no invasiva y mínimamente invasiva, como aplicación de toxina botulínica (Botox), ácido hialurónico, hilos tensores, radiofrecuencia facial, láseres dermatológicos y aparatología de última generación, esto permite ofrecer una experiencia estética completa que armoniza sonrisa, piel y rostro, todo en un mismo lugar.
Atención personalizada, tecnología y entorno de alta gama	Cada paciente recibe una atención tipo VIP, con acompañamiento profesional constante, en espacios cuidadosamente diseñados para brindar confort, privacidad y tranquilidad. La ambientación multisensorial del consultorio, diseñada para generar bienestar, incluye aromaterapia, iluminación regulada y música ambiental, elementos que contribuyen a una experiencia positiva del paciente. Todo el proceso es guiado por un equipo interdisciplinario certificado, con alianzas médicas de prestigio y protocolos clínicos respaldados por la ética, la bioseguridad y la excelencia.

Nota: Elaboración propia

Adicionalmente, el servicio incluye opciones de turismo médico integral, con paquetes personalizados que combinan tratamientos con alojamiento, gastronomía, experiencias culturales y transporte privado, gracias a convenios con hoteles, restaurantes y operadores turísticos locales.

Esta propuesta posiciona a nuestro centro como un referente en salud, estética y bienestar integral, donde la innovación, el profesionalismo y la experiencia del paciente convergen para ofrecer resultados visibles, funcionales y emocionalmente satisfactorios.

Estrategias de monetización y ventas

Componente	Descripción estratégica
Paquetes médicos completos	- Odontología estética + rehabilitación oral + medicina estética facial.- diagnóstico avanzado, controles postoperatorios, guía nutricional facial. - Opciones de turismo incluido (3, 5 y 7 días).
Convenios con aseguradoras	- Alianzas con aseguradoras internacionales que cubren turismo médico (axa, bupa, assist card, blue cross).- gestión de trámites, historia clínica en inglés, códigos cpt y factura internacional.
Agencias de turismo médico	- Acuerdos con agencias especializadas en COLOMBIA, EE.UU., Canadá y Europa. - Paquetes que incluyen vuelos, hospedaje, traductor y transporte privado.
Aliados comerciales internacionales	- clínicas - Comisiones por referencia y seguimiento postratamiento virtual.
Plataforma digital especializada	- Sitio web multilingüe (es/en/fr) con agendamiento en línea, cotizador automático y videoconsultas. - Integración con CRM médico y pasarela de pagos internacional.
Eventos de networking médico	- Rondas médicas con especialistas, workshops en hoteles y clínicas de prestigio. - Invitaciones a influencers médicos, alianzas con universidades y sociedades científicas.
Estrategias de fidelización	- Club VIP de pacientes internacionales. - Programas de seguimiento anual con descuentos y membresías estéticas. - Atención personalizada con concierge médico.

Nota: Este estudio

El modelo de atención diseñado para pacientes extranjeros se basa en una estructura estratégica que integra paquetes médicos completos, los cuales combinan odontología estética, rehabilitación oral, medicina estética facial y servicios diagnósticos avanzados, con opciones personalizadas de turismo médico, para garantizar cobertura y respaldo internacional, se

establecen convenios con aseguradoras globales y agencias de turismo médico, facilitando la logística del viaje y el tratamiento. A su vez, se crean alianzas comerciales con clínicas y profesionales en ciudades clave como Miami, Madrid o Panamá, que actúan como referenciadores, el servicio se gestiona a través de una plataforma digital multilingüe, que permite cotizaciones, videoconsultas y agendamiento online. Finalmente, se promueven eventos de networking médico y estrategias de fidelización, como membresías VIP, para consolidar relaciones a largo plazo con los pacientes y posicionar a Cali como destino líder en salud estética integral.

Estrategias de marketing

En primer lugar se identifica el perfil del cliente:

Segmento de cliente	¿quiénes son?	Datos sociodemográficos	Zona de residencia	Edad promedio	Aspectos conductuales	Tasa de uso estimada
Pacientes extranjeros interesados en turismo médico	Personas que viajan a Colombia exclusivamente por servicios de salud estética.	Nivel educativo medio-alto o alto. Ingresos medios-altos o altos. Profesionales o empresarios.	EE.UU., Canadá, España, Ecuador, Chile, México.	35 – 60 años	Buscan calidad, ahorro en costos frente a sus países. Valoran la atención personalizada y experiencias seguras.	Media - Alta
Extranjeros residentes en Colombia	Migrantes radicados en Colombia que requieren atención dental.	Diversa procedencia. Ingresos medios. Algunos con EPS o seguros privados.	Ciudades principales (Bogotá, Medellín, Cali) y zonas fronterizas.	30 – 55 años	Prefieren atención especializada, confiable y accesible. Valoran el trato culturalmente sensible.	Media
Colombianos en el exterior que regresan	Colombianos que viven en el exterior y	Ingresos medios-altos. Familiaridad cultural.	EE.UU., España, Chile, Canadá.	30 – 50 años	Alta confianza en profesionales	Alta

por tratamientos	regresan por salud o vacaciones.	Vinculación con el país.			s colombianos. Buscan combinar tratamiento con visitas familiares o vacaciones.	
Agencias de turismo médico	Empresas que organizan viajes con enfoque en servicios de salud.	Representantes y operadores turísticos. Profesionales en salud y turismo.	EE.UU., México, España, Panamá, Costa Rica.	N/A	Buscan aliados estratégicos confiables, buena reputación, calidad certificada, precios competitivos.	Media - Alta (según convenios)
Aseguradoras internacionales	Compañías que cubren servicios de salud internacional o reembolsos.	Corporaciones con presencia global. Alta capacidad financiera.	EE.UU., Europa, LATAM .	N/A	Requieren certificaciones, cumplimiento normativo, trazabilidad y protocolos. Establecen convenios.	Baja - Media (pero de alto valor por caso)

Nota: Elaboración propia

Estrategias de marketing digital

- Optimización SEO y contenidos en Blogs: Crear artículos y contenido optimizado para motores de búsqueda sobre procedimientos dentales, beneficios del turismo de salud en Cali y testimonios de pacientes, esto incrementará la visibilidad y atraerá tráfico orgánico internacional al sitio web.
- Publicidad en redes sociales: Lanzar campañas en Facebook, Instagram y YouTube enfocadas en mercados internacionales, especialmente en países con alto interés en turismo de salud.

- Marketing de influencers: Colaborar con influencers de salud, belleza y turismo, tanto nacionales como internacionales, que puedan compartir sus experiencias y destacar la calidad y ventajas de los servicios del centro.
- Email Marketing segmentado: Enviar newsletters con información sobre servicios, promociones, testimonios y consejos de salud dental, dirigido a audiencias interesadas en el turismo médico.

Estrategias de alianzas y convenios

- Convenios con agencias de turismo de salud: establecer acuerdos con agencias de turismo médico en el extranjero, que incluyan paquetes turísticos que combinen tratamientos dentales y experiencias en Cali.
- Colaboraciones con hoteles y servicios de transporte: formar alianzas con hoteles y servicios de transporte para facilitar y mejorar la experiencia del paciente internacional, ofreciendo descuentos y paquetes combinados.
- Alianzas con aseguradoras internacionales: negociar con aseguradoras para incluir los servicios del centro en sus coberturas médicas internacionales, brindando confianza y facilidad de acceso para el paciente extranjero.

Estrategias de branding y reputación

- Desarrollo de marca de confianza: crear una imagen de marca sólida y confiable mediante la transparencia, altos estándares de calidad y la publicación de casos de éxito.
- Certificaciones y acreditaciones internacionales: obtener y comunicar certificaciones que respalden la calidad del servicio, como las de Joint Commission International (JCI), que aumentan la credibilidad ante pacientes internacionales.
- Testimonios y casos de éxito: compartir videos de testimonios y experiencias de pacientes internacionales que hayan recibido atención en el centro, mostrando resultados y satisfacción.

Estrategias de promoción y ofertas especiales

- Paquetes de descuento en temporadas bajas: ofrecer paquetes de tratamientos dentales con descuentos especiales en temporadas donde la demanda baja, incentivando así la visita.

- Ofertas en servicios complementarios: Promocionar servicios como diseño de sonrisa o blanqueamiento dental en paquetes con descuentos o como servicio adicional, aumentando el atractivo para pacientes que buscan más de un procedimiento.
- Programa de referidos internacionales: Implementar un sistema de referidos donde los pacientes internacionales que traigan nuevos pacientes reciban descuentos o promociones adicionales.

Estrategias Plan de Marketing Internacional: Países prioritarios y tácticas específicas

Con base en el análisis de afinidad cultural, demanda de turismo médico, cercanía geográfica y oportunidades de mercado, se identifican los siguientes países prioritarios para el posicionamiento del servicio odontológico estético en Cali:

1. Estados Unidos
2. México
3. España

También se consideran como mercados secundarios: Canadá, Chile y países del Caribe (Puerto Rico, República Dominicana).

Tácticas de Marketing por País

Estados Unidos: Alta demanda de servicios médicos en el exterior debido a los elevados costos de salud en el país, gran comunidad latina abierta al turismo médico. Conectividad aérea directa con Colombia:

- Presencia en ferias y congresos de turismo médico (ej. *World Medical Tourism & Global Healthcare Congress*).
- Publicidad segmentada a través de Google Ads y Meta Ads, enfocada en los estados de Florida, Texas y California.
- Alianzas estratégicas con clínicas latinas en EE. UU. para la referenciación de pacientes.
- Creación de contenido digital en inglés: testimonios, casos de éxito, procedimientos paso a paso.

- Optimización SEO en inglés con palabras clave como: “affordable dental implants Colombia”, “medical tourism Cali”.

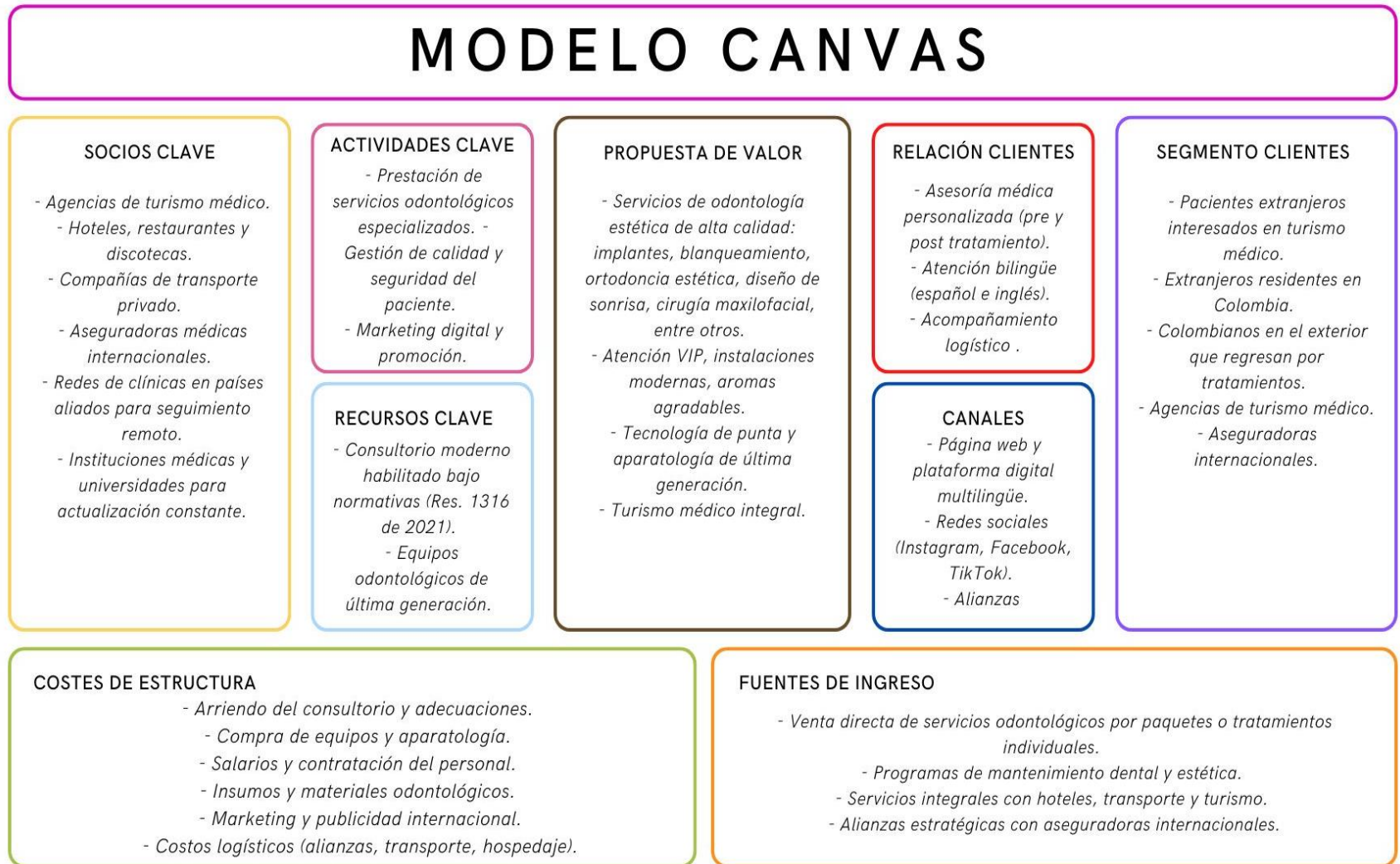
México: Cercanía cultural y lingüística, alto uso de redes sociales, y un creciente interés por tratamientos estéticos a menor costo:

- Campañas pagadas en redes sociales (Facebook, Instagram) dirigidas a usuarios de Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey.
- Alianzas con microinfluencers e influencers en el ámbito de la belleza, salud y turismo médico.
- Producción de videos en formato Reels y TikTok mostrando procedimientos, resultados y experiencias de pacientes.
- Ofrecimiento de paquetes promocionales que incluyan hospedaje, transporte y turismo.
- Convenios con clínicas mexicanas para seguimiento remoto postratamiento.

España: Demanda de tratamientos odontológicos de calidad a menor costo, con una diáspora latina significativa y afinidad positiva hacia Colombia como destino turístico y médico:

- Publicidad digital geolocalizada en Madrid, Barcelona y Valencia a través de Meta Ads y Google Ads.
- Alianzas con agencias de viaje especializadas en Colombia y turismo médico.
- Campañas de video en YouTube y LinkedIn orientadas a jóvenes profesionales y adultos.
- Diseño de contenido adaptado al español europeo (modismos, precios en euros, testimonios locales).
- Acuerdos con aseguradoras internacionales presentes en España para facilitar la cobertura parcial.

Modelo CANVAS



Nota: Elaboración propia

1. Segmento de clientes

El modelo se orienta principalmente a pacientes extranjeros interesados en tratamientos odontológicos de alta calidad, incluyendo turistas médicos, residentes internacionales en Colombia y colombianos que retornan del exterior para recibir atención, también incluye aliados estratégicos como agencias de turismo médico y aseguradoras internacionales, quienes actúan como intermediarios o facilitadores del acceso a estos servicios.

2. Propuesta de valor

La oferta central está basada en servicios de odontología estética premium, como implantes, blanqueamiento, ortodoncia estética, diseño de sonrisa y cirugía maxilofacial, integrados en paquetes turísticos médicos con valor agregado (experiencia tipo VIP, ambientación agradable, tecnología avanzada). Se busca posicionar a Cali como un destino competitivo en turismo médico por calidad, precio y experiencia.

3. Canales

Se usará una estrategia digital robusta, incluyendo una página web multilingüe, redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok) y alianzas con operadores turísticos y aseguradoras, esto facilita el contacto directo con pacientes y promueve una experiencia fluida desde el país de origen hasta la atención posquirúrgica.

4. Relación con los clientes

El modelo apuesta por una relación cercana y personalizada, brindando asesoría médica en todas las etapas (pre y post tratamiento), atención bilingüe (español e inglés), y acompañamiento logístico (transporte, alojamiento, recuperación).

5. Fuentes de ingreso

Los ingresos se obtendrán principalmente de la venta directa de tratamientos individuales o en paquetes, programas de mantenimiento odontológico, y servicios integrales en alianza con

hoteles y operadores turísticos. También se generarán ingresos por convenios con aseguradoras médicas.

6. Recursos clave

Los recursos principales incluyen un consultorio moderno con habilitación bajo normativa (Res. 1316 de 2021), equipos odontológicos de última tecnología, y talento humano especializado, la infraestructura y la tecnología son la base para ofrecer servicios de alta calidad y cumplir con estándares internacionales.

7. Actividades clave

Se destacan tres líneas de acción fundamentales:

- Prestación de servicios odontológicos especializados.
- Gestión de calidad y seguridad del paciente.
- Marketing digital y promoción de marca en el mercado internacional.

8. Socios clave

El modelo contempla alianzas con agencias de turismo médico, hoteles, restaurantes, transportes privados, aseguradoras internacionales, clínicas en el exterior para el seguimiento remoto y universidades médicas, estos socios aportan valor a la experiencia del paciente y garantizan continuidad del tratamiento.

9. Estructura de costos

Incluye los gastos asociados al montaje y operación del consultorio (arriendo, equipos, insumos, personal), así como costos logísticos (hospedaje, transporte), y marketing internacional.

Plan de marketing

Análisis de oferta y demanda y segmentación del mercado internacional

Se escoge mercados como Estados Unidos, Canadá y Centroamérica, estos mercados se fundamentan en datos concretos que evidencian su relevancia estratégica. El turismo médico en Colombia alcanzó en 2023 cerca de 500 000 visitantes, generando ingresos por alrededor de USD 1 000 millones, con servicios estéticos y odontológicos siendo los más demandados (Dávila-Rodríguez et al; 2023). Conjuntamente, alrededor del 90% de los pacientes de turismo estético provienen de Norteamérica, en particular de EE. UU. y Canadá, también, Colombia se ha posicionado como un destino atractivo debido a precios entre 30 % y 50 % más bajos que en Estados Unidos y Europa, sin sacrificar calidad, lo cual ha sido validado en comparaciones internacionales (Mutlu, 2024).

En Cali, la infraestructura hospitalaria con clínicas y hospitales con acreditaciones internacionales fortalece la confianza del paciente, el aeropuerto Alfonso Bonilla Aragón ofrece conexión con ciudades clave como Miami y Nueva York , facilitando el acceso de estos mercados (Diario de Occidente, 2024). Finalmente, la afinidad cultural y lingüística con Centroamérica ofrece una experiencia más fluida para pacientes de estos países.

Rutas y tiempos

Origen	Aeropuerto de Origen	Vuelo Directo / Con Escala	Tiempo Promedio de Vuelo
Miami (EE. UU.)	Miami International Airport (MIA)	Directo	3 h 39 min – 3 h 55 min
Houston (EE. UU.)	George Bush Intercontinental Airport (IAH)	Directo	4 h 53 min
Ciudad de Panamá (PAN)	Tocumen International Airport (PTY)	Directo	1 h 22 min – 1 h 42 min
Ciudad de México (MEX)	Benito Juárez International (MEX)	Directo (estacional/reiniciado)	4 h 40 min – 8 h 50 min*

Fuente: (Prokerala, 2024)

Público objetivo

El público objetivo está conformado por pacientes internacionales (principalmente de EE. UU., Canadá, España y países de Centroamérica) interesados en tratamientos odontológicos de alta calidad a precios competitivos, este segmento busca atención especializada, estética dental avanzada, y un acompañamiento integral que combine salud con experiencia turística. Se dirige principalmente a adultos entre 30 y 60 años, con ingresos medios-altos y altos, preocupados por su estética y salud bucal.

Objetivos de mercadeo

Posicionar en el primer año el consultorio como líder en servicios odontológicos estéticos para turismo médico en la ciudad de Cali, atrayendo al menos 120 pacientes internacionales mediante una estrategia digital multicanal y alianzas internacionales.

Plan de acción de marketing

Táctica	Meta (cuantificable)	Actividades	Responsable	Objetivos	Indicador
Website	Tener el sitio en línea en 2 meses	Desarrollo web con enfoque SEO, versión bilingüe, agendamiento online, testimonios de pacientes y servicios.	Equipo de desarrollo	Visibilidad y accesibilidad internacional	Visitas mensuales al sitio (>2.000)
SEO	Aparecer en top 5 de búsquedas en Google	Investigación de keywords, optimización de contenido, backlinks, publicaciones en blogs médicos.	Agencia SEO	Mejora del posicionamiento orgánico en motores de búsqueda	Posición media de búsqueda
Facebook	5.000 seguidores y 50 leads mensuales	Publicaciones de antes/después, historias de	CM / Social Media	Generar comunidad y captar pacientes	Leads captados y engagement

		pacientes, lives con especialistas.			
Instagram	10.000 seguidores y 100 interacciones/día	Estrategia visual (reels, testimonios, contenido educativo y promocional).	CM / Diseñador	Aumentar presencia visual y atracción estética	Seguidores y métricas de interacción
YouTube	3 videos al mes y 1.000 suscriptores en 6 meses	Videos educativos, entrevistas a pacientes internacionales, vlogs de experiencias en Cali.	Videógrafo / Marketing	Posicionamiento como marca confiable e informativa	Visualizaciones y tiempo de retención
Landing Page	100 registros al mes	Página de aterrizaje para promociones exclusivas, paquetes médicos y contacto directo.	Diseñador web / Marketing	Captar leads y convertir visitas en pacientes	Tasa de conversión
E-mail Marketing	25% tasa de apertura mensual	Boletines mensuales con contenido educativo, promociones, eventos y seguimiento post-tratamiento.	Marketing / CRM	Mantener comunicación directa con pacientes potenciales y fidelizados	Tasa de apertura / clics / conversión
POP / In-Store	80% de recordación de marca en pacientes	Diseño atractivo de señalética, pantallas informativas, aroma de marca, kits de bienvenida.	Coordinador de marca	Generar experiencia memorable en el consultorio	Encuestas de satisfacción
LinkedIn	1.000 conexiones en 6 meses	Publicación de artículos técnicos, participación	CEO / Marketing	Fortalecer alianzas profesionales y credibilidad	Número de contactos y artículos

		en foros, conexión con redes médicas internacionales.			
Sponsorships	Participar en 2 eventos médicos por año	Patrocinios a congresos de odontología estética, turismo médico o salud estética internacional.	CEO / Relaciones Públicas	Visibilidad y networking estratégico	Número de eventos / contactos creados
Webinars	1 webinar mensual con al menos 50 asistentes	Charlas sobre salud bucal, turismo médico, entrevistas con odontólogos, testimonios de pacientes internacionales.	Marketing / Profesionales	Educar al público objetivo y generar confianza	Asistentes registrados / feedback
Surveys	1 encuesta por trimestre	Aplicación de encuestas digitales para conocer percepciones del servicio, oportunidades de mejora y preferencias de pacientes internacionales.	CRM / Servicio al cliente	Monitorear calidad del servicio y expectativas	Nivel de satisfacción (>90%)

Nota: Elaboración propia

Canales de venta y entrega de valor

Canal	Descripción	Función principal	Alcance geográfico
Página web multilingüe con	Plataforma digital en inglés y español con motor de cotizaciones en línea, agendamiento de citas,	Venta directa y captación de leads	Internacional (EE. UU.,

sistema de cotización rápida	testimonios, y servicios detallados.		Europa, Latam)
Alianzas con agencias de turismo médico	Cooperación con agencias especializadas en turismo de salud que promueven paquetes de viaje y tratamiento odontológico en Colombia.	Canal de recomendación y distribución	EE. UU., Canadá, México, España
Publicidad en redes sociales y Google ADS geolocalizados	Campañas pagas en instagram, facebook, youtube y google, dirigidas a usuarios con intereses en salud y estética dental en regiones objetivo.	Captación de prospectos calificados (leads)	Global (con foco geográfico)
Participación en ferias de turismo de salud	Presencia en eventos internacionales y locales especializados en turismo médico, salud estética y odontología de alto nivel.	Posicionamiento y networking b2b	Internacional
Convenios con aseguradoras internacionales	Alianzas estratégicas con compañías de seguros que permiten al paciente aplicar copagos o reembolsos parciales por tratamientos estéticos y restaurativos.	Facilitar pago y aumentar la confianza	Internacional

Nota: Elaboración propia

Plan de operaciones

El plan operativo define la infraestructura, los recursos humanos, el cronograma de implementación y los procesos estratégicos para asegurar la prestación eficiente, segura y de alta calidad de los servicios odontológicos, este plan contempla la creación del consultorio, la expansión progresiva del portafolio de servicios en un periodo de 3 años, y la implementación de estándares internacionales que garanticen confianza y competitividad.

Infraestructura y equipo

Área	Requerimientos
Recepción y sala de espera	Mobiliario cómodo, pantalla informativa, difusores aromáticos, sistema de turnos.
Consultorios odontológicos	3 unidades odontológicas, lámparas LED quirúrgicas, sillones ergonómicos, aspiradores, compresores.
Laboratorio dental	Escáner intraoral, impresora 3D dental, horno de cerámica, sistema CAD/CAM.
Sala de imagenología	Equipo de rayos X digital, tomógrafo 3D CBCT.
Zona de esterilización	Autoclave de alta presión, ultrasonido, selladora de bolsas, áreas de separación limpia/sucia.
Oficina administrativa	Puestos de trabajo, computadoras, software contable y CRM médico.
Tecnología y digitalización	Página web multilingüe, sistema de historia clínica electrónica, agendamiento online, teleconsulta.

Nota: Elaboración propia

Estructura del equipo humano

Cargo	Perfil requerido
Director clínico	Odontólogo especialista con experiencia en rehabilitación oral y gerencia.
Odontólogos especialistas	Implantología, ortodoncia, estética, cirugía maxilofacial, endodoncia.
Auxiliares de odontología	Técnicos con certificación en bioseguridad y asistencia en procedimientos.
Higienistas dentales	Personal para prevención, limpieza y educación al paciente.
Personal de imagenología	Técnico radiólogo con licencia vigente y manejo de equipos digitales.
Recepcionista bilingüe	Atención al cliente internacional, manejo de CRM, inglés y español fluido.
Coordinador de turismo médico	Encargado de la logística del paciente internacional (hoteles, traslados, etc).
Administrador general	Profesional en administración de salud o negocios.

Community manager y diseñador	Gestión digital, redes sociales, diseño gráfico de campañas.
Aseador/a y mantenimiento	Personal de limpieza con entrenamiento en normas de bioseguridad.

Nota: Elaboración propia

Cronograma de puesta en marcha

Fase	Actividades Clave	Plazo
Fase 1: Fundación	Acondicionamiento del consultorio, contratación inicial, página web, redes, habilitación legal, lanzamiento de servicios básicos: preventiva, estética y blanqueamiento.	Mes 1-6
Fase 2: Expansión	Ingreso de nuevas especialidades (ortodoncia, implantes, cirugía), alianzas hoteleras, promoción internacional, eventos de networking.	Mes 7 - 18
Fase 3: Consolidación	Adición de servicios premium (CBCT, diseño de sonrisa 100% digital), integración con agencias internacionales, fidelización y posicionamiento de marca.	Año 2 - Año 3

Nota: Elaboración propia

Análisis legal y normativo

A continuación, se presenta el marco normativo esencial para la habilitación y operación del servicio odontológico estético integral orientado a pacientes extranjeros en la ciudad de Cali, este capítulo detalla los principales requisitos legales, técnicos y de calidad exigidos por el sistema de salud colombiano, con el fin de garantizar la seguridad del paciente, el cumplimiento de los estándares de habilitación, la bioseguridad, la ética profesional y la legalidad del ejercicio odontológico. Para ello, se consideran disposiciones clave del Ministerio de Salud y Protección Social, la Superintendencia Nacional de Salud, así como normativas específicas como la Resolución 1316 de 2021, que regula los criterios para la prestación de servicios en consultorios odontológicos, este marco garantiza que el proyecto se enmarque dentro de un entorno regulatorio confiable, fortaleciendo su viabilidad operativa y su competitividad en el sector del turismo médico.

Tabla 1. *Normatividad vigente*

Categoría	Norma / Requisito legal	Análisis
Registro ante el Ministerio de Salud (MinSalud)	Decreto 780 de 2016 (REPS)	La inscripción en el REPS es obligatoria para operar legalmente en Colombia, es la primera validación oficial que garantiza que el prestador cuenta con autorización del Estado para ofrecer servicios de salud; además, permite a pacientes extranjeros verificar la legalidad del consultorio.
Superintendencia Nacional de Salud	Supervisión permanente	Garantiza que se cumplan estándares de calidad, manejo adecuado de usuarios y atención al cliente, brinda confianza a pacientes internacionales al saber que existe una entidad estatal que protege sus derechos en salud.
Normas de Calidad y Seguridad del Paciente	Resolución 3100 de 2019	Establece condiciones esenciales de habilitación para servicios de salud, incluye protocolos clínicos, gestión del riesgo, manejo de eventos adversos y política institucional de seguridad del paciente, indispensables en procedimientos odontológicos estéticos e invasivos.
Odontología Estética y Ortodoncia	Resolución 1316 de 2021	Regula los criterios técnicos, humanos y estructurales de consultorios odontológicos, específicamente relevante para habilitar servicios como ortodoncia, implantología y rehabilitación oral. Su cumplimiento es obligatorio para prestar atención estética de forma segura y legal.
Requisitos Ambientales y de Bioseguridad	Decreto 351 de 2014 y Manual de Bioseguridad	Incluye el manejo adecuado de residuos peligrosos (biosanitarios y químicos), esterilización de equipos, ventilación, higiene del espacio clínico y uso de insumos médicos certificados, es clave para cumplir estándares internacionales exigidos por pacientes de turismo médico.
Normas de Seguridad Laboral	Ley 1562 de 2012 y Decreto 1072 de 2015	Obliga a implementar un SG-SST (Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo), promoviendo condiciones laborales seguras para el personal odontológico, un ambiente seguro mejora la calidad del servicio y reduce riesgos de atención al paciente.

Nota: Elaboración propia

Análisis normativo complementario: Habilitación como IPS y Convenios

Habilitación del consultorio como IPS

Para la operación formal de un consultorio odontológico en Colombia que brinde servicios especializados y pretenda integrarse al sistema de salud o establecer convenios con aseguradoras, es recomendable habilitar el consultorio como una Institución Prestadora de Servicios de Salud (IPS), bajo los lineamientos establecidos por el Ministerio de Salud y Protección Social, particularmente la **Resolución 3100 de 2019**, que regula los procedimientos de habilitación de servicios de salud.

Implicaciones de la habilitación como IPS:

- **Requisitos normativos más estrictos:** Se debe cumplir con estándares de talento humano, infraestructura, dotación, procesos asistenciales, historia clínica electrónica, y condiciones de calidad en todos los servicios ofrecidos.
- **Inscripción en el Registro Especial de Prestadores de Servicios de Salud (REPS):** Es obligatorio para operar legalmente como IPS.
- **Supervisión:** Estaría sujeto a inspección, vigilancia y control por parte de la Superintendencia Nacional de Salud.
- **Responsabilidad jurídica y técnica:** Mayor nivel de exigencia en protocolos clínicos, gestión del riesgo y auditoría de calidad.

Posibilidad de suscribir convenios con EPS o aseguradoras internacionales

1. **EPS (Entidades Promotoras de Salud):** Para poder establecer convenios con EPS, la IPS debe estar habilitada en el REPS y cumplir con los requisitos específicos que exige cada entidad; sin embargo, es importante aclarar que muchas EPS en Colombia no contratan directamente con clínicas de estética o turismo médico, ya que sus servicios no siempre están incluidos en el Plan de Beneficios en Salud (PBS).
2. **Aseguradoras internacionales y de turismo médico:** La habilitación como IPS mejora significativamente la credibilidad y transparencia institucional, facilitando la firma de alianzas estratégicas con aseguradoras médicas internacionales, especialmente aquellas que trabajan con paquetes de turismo médico. Estas

aseguradoras suelen exigir estándares clínicos certificados, habilitación oficial, y cumplimiento normativo, por lo que la inscripción como IPS representa una ventaja competitiva.

Evaluación financiera

Costos e ingresos

El estudio financiero constituye un componente fundamental para la viabilidad y sostenibilidad del modelo de negocio propuesto, orientado a la prestación de servicios odontológicos estéticos integrales de alta calidad para pacientes internacionales en la ciudad de Cali. A través de una planificación detallada de la inversión inicial, se identifican y cuantifican los recursos necesarios para la habilitación y operación del consultorio, incluyendo aspectos clave como infraestructura, tecnología especializada, talento humano, marketing, y cumplimiento normativo, este análisis no solo permite dimensionar los costos reales del proyecto, sino que también facilita la toma de decisiones estratégicas para alcanzar un retorno de inversión óptimo y posicionarse competitivamente en el mercado del turismo médico.

Plan de inversión inicial

Rubro	Detalle / Descripción	Inversión Estimada (COP)
Arrendamiento del local	Consultorio de 80–100 m ² en zona norte/centro-norte de Cali	\$36.000.000 (6 meses)
Acondicionamiento del espacio	Remodelación, división, pintura, iluminación, ambientación aroma	\$25.000.000
Mobiliario	Sillas ergonómicas, escritorios, recepción, zona de espera VIP	\$18.000.000
Equipos odontológicos	Unidad dental completa, lámparas LED, autoclave, ultrasonido	\$80.000.000
Tecnología avanzada	Escáner intraoral, cámara intraoral, software de diagnóstico 3D	\$65.000.000
Insumos clínicos iniciales	Guantes, mascarillas, materiales dentales, esterilización, kits	\$12.000.000
Personal asistencial y clínico	Contratación inicial: odontólogo(a), auxiliar, recepcionista	\$36.000.000 (3 meses)

Marketing y plataforma digital	Página web, redes sociales, branding, fotografía, campañas ADS	\$15.000.000
Convenios y alianzas	Viajes, visitas a hoteles, asesoría legal para convenios	\$5.000.000
Legalización y registros	MinSalud, Supersalud, Cámara de Comercio, bioseguridad	\$4.000.000
Reserva operativa inicial	Fondo de contingencia para sostenimiento durante primer semestre	\$10.000.000
Otros (papelería, software contable, internet)	Plan de conectividad, sistemas de gestión, papelería corporativa	\$4.000.000
		\$330.000.000 COP

Nota: Elaboración propia. Se especifica que el arrendamiento del local, mobiliario, equipos y tecnología estiman los costos del quirófano necesario para algunos procedimientos especiales.

Proyección de ventas

La proyección de ventas para el consultorio odontológico especializado en turismo médico en Cali contempla un crecimiento sostenido durante los primeros tres años de operación, impulsado por un portafolio robusto de servicios estéticos y rehabilitadores de alta demanda entre pacientes nacionales e internacionales.

En primer lugar se estima la proyección de ventas por cada servicio:

Servicio	Año 1 (\$)	Clientes año 1	Año 2 (\$)	Clientes año 2	Año 3 (\$)	Clientes año 3
Implantes dentales	300.000.000	65	360.000.000	77	432.000.000	93
Blanqueamiento dental	160.000.000	178	192.000.000	213	230.400.000	256
Ortodoncia estética	360.000.000	45	432.000.000	54	518.400.000	65
Diseño de sonrisa	288.000.000	36	345.600.000	43	414.720.000	52
Cirugía maxilofacial	240.000.000	17	288.000.000	21	345.600.000	25
Tratamientos periodontales	105.000.000	111	126.000.000	133	151.200.000	159
Endodoncia avanzada	117.000.000	117	140.400.000	140	168.480.000	168
Odontología preventiva	75.000.000	200	90.000.000	240	108.000.000	288
Atención internacional	132.000.000	59	158.400.000	70	190.080.000	85

Año	Ventas proyectadas (COP)
Año 1	\$1,977,000,000
Año 2	\$2,372,400,000
Año 3	\$2,846,880,000

Nota: Elaboración propia

En el primer año, se estima una facturación de \$1.977 millones de pesos colombianos, resultado de procedimientos como implantes dentales, ortodoncia estética, diseño de sonrisa y atención integral al paciente extranjero. A partir del segundo año, se proyecta un incremento del 20% anual en ventas, alcanzando \$2.372 millones en el segundo año y \$2.846 millones en el tercero, este crecimiento responde a estrategias de posicionamiento en el mercado, fortalecimiento de alianzas comerciales y la implementación progresiva de tecnologías avanzadas y servicios complementarios, lo cual consolida el modelo de negocio como una alternativa competitiva y sostenible dentro del turismo de salud en la región.

Flujo de caja proyectado, punto de equilibrio o un retorno estimado de inversión (ROI) a 3 años

Año	Ventas	Costos variables	Costos fijos	Egresos totales	Flujo neto
Año 1	\$1.977.000.000	\$593.100.000	\$700.000.000	\$1.293.100.000	\$683.900.000
Año 2	\$2.372.400.000	\$711.720.000	\$700.000.000	\$1.411.720.000	\$960.680.000
Año 3	\$2.846.880.000	\$854.064.000	\$700.000.000	\$1.554.064.000	\$1.292.816.000

El flujo de caja proyectado para el servicio odontológico estético integral en Cali evidencia una evolución financiera positiva a lo largo de los tres primeros años de operación, en el primer año, con ingresos por \$1.977 millones de pesos y una estructura de costos que incluye un 30% en costos variables y \$700 millones en costos fijos, se estima un flujo neto de \$683.9 millones. En el segundo año, con el crecimiento estimado del 20% en ventas, el flujo neto ascenderá a \$960.6 millones, mientras que en el tercer año alcanza los \$1.292 millones, con ventas superiores a \$2.846 millones. Esta proyección demuestra la solidez del modelo de negocio, así las cosas, se proyecta que la inversión inicial de \$1.500 millones será recuperada antes del cierre del segundo año y generando un retorno estimado de la inversión (ROI) del 96,18% al cabo de tres años. El punto de equilibrio se sitúa en \$1.000 millones anuales, lo que

indica que el proyecto es financieramente viable si se mantiene por encima de ese umbral de facturación.

Punto de equilibrio anual

- \$1.000.000.000 COP
- Es decir, el consultorio debe facturar al menos mil millones de pesos anuales para cubrir todos sus costos operativos y generar rentabilidad, este punto de equilibrio se calculó de la siguiente manera:

Costos fijos (CF): Según el flujo de caja proyectado:

1. **Costos fijos anuales** = \$700.000.000
2. Porcentaje de costos variables sobre las ventas (CV/V):

Usamos los datos del Año 1: **Ventas:** \$1.977.000.000

Costos variables: \$593.100.000

- **% de costos variables sobre ventas** =
- $593.100.000 / 1.977.000.000 \approx 0,30$ o **30%**

- **Cálculo del punto de equilibrio**

Aplicamos la fórmula:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{700.000.000}{1-0,30} = \frac{700.0000}{0,70} = 1.000.000.000$$

Esto significa que el consultorio debe facturar al menos \$1.000.000.000 COP al año para cubrir todos sus costos fijos y variables. A partir de ese monto comienza a generar utilidad.

Retorno Estimado de la Inversión (ROI) a 3 años

- **ROI = 790,72%**. Se calculó de la siguiente manera:

1. Inversión Inicial

- \$330.000.000 COP

2. Flujo Neto Anual (ganancia después de cubrir egresos):

Según el flujo de caja proyectado:

- Año 1: \$683.900.000
- Año 2: \$960.680.000

Año 3: \$1.292.816.000

3. Flujo Neto Acumulado en 3 años:

$$683.900.000 + 960.680.000 + 1.292.816.000 = 2.937.396.000$$

4. ROI:

$$\text{ROI} = \left(\frac{2.937.396.000 - 330.000.000}{330.000.000} \right) \times 100$$

$$\text{ROI} = \left(\frac{2.607.396.000}{330.000.000} \right) \times 100 \approx 790,72\%$$

El ROI del 790,72% indica que por cada peso invertido en el proyecto se generará casi 8 veces de ganancia neta. Esto refleja una altísima rentabilidad del consultorio odontológico en tres años.

Tasa de interés de retorno

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de descuento que hace que el Valor Presente Neto (VPN) de todos los flujos de caja de un proyecto sea igual a cero.

Fórmula general del VPN (para calcular la TIR):

$$VPN = \sum_{t=0}^n \frac{F_t}{(1+r)^t} = 0$$

Donde:

- F_t = Flujo de caja en el año t
- r = Tasa Interna de Retorno (TIR)
- t = Número de años

La Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto, considerando una inversión inicial de \$330.000.000 COP, es de aproximadamente: TIR = 230,97%

La TIR representa el rendimiento anual promedio que genera el proyecto.

En este caso, 230,97% indica que el retorno del proyecto es extremadamente alto, lo cual refleja una rentabilidad muy atractiva durante los tres años evaluados, mucho mayor que las tasas típicas de referencia en salud y turismo (10%–20%).

Plan de riesgos y sostenibilidad

Este plan tiene como finalidad anticipar y gestionar los principales riesgos que puedan afectar la operatividad, legalidad, reputación, sostenibilidad sanitaria y financiera del proyecto, su propósito es garantizar la continuidad del servicio, la seguridad del paciente y la confianza de los aliados estratégicos, asegurando así la sostenibilidad en el tiempo del modelo de negocio.

Identificación de los principales riesgos

Tipo de Riesgo	Descripción
Operativo	Fallas en la cadena de suministro de insumos o tecnología, rotación del personal, problemas logísticos.
Sanitario	Infecciones cruzadas, incumplimiento de normas de bioseguridad, brotes de enfermedades.
Legal	Incumplimiento normativo, sanciones por no cumplir con habilitaciones del Ministerio de Salud.
Reputacional	Opiniones negativas en redes sociales, malas experiencias de pacientes, filtraciones de datos.
Tecnológico	Fallas en la página web, ataques cibernéticos, pérdida de bases de datos o citas médicas.
Financiero	Flujo de caja negativo, baja demanda inicial, sobrecostos en inversiones o depreciación acelerada.

Nota: Elaboración propia

Riesgo financiero:

- Falta de financiamiento suficiente para cubrir los costos iniciales de infraestructura, tecnología avanzada y promoción internacional del centro estético dental.
- Flujo de caja limitado debido a la lenta captación de pacientes internacionales en las etapas iniciales del proyecto.

Riesgo de mercado:

- Baja demanda de los servicios debido a la competencia regional e internacional en turismo de salud.
- Cambios en las tendencias del mercado y preferencias de los pacientes, afectando la propuesta de valor del centro odontológico.

Riesgo operativo:

- Falta de personal calificado y especializado para garantizar la calidad y el cumplimiento de estándares internacionales en los servicios odontológicos.
- Fallas en la implementación y funcionamiento de la tecnología avanzada, lo que impactaría la experiencia del paciente.

Riesgo legal y regulatorio:

- Cambios en las políticas gubernamentales y en la regulación del turismo de salud, afectando la operación del centro estético dental.
- Riesgo de incumplimiento en normativas de salud y seguridad exigidas a nivel nacional e internacional.

Riesgo de calidad del servicio:

- Inconsistencias en la calidad de los procedimientos odontológicos que puedan derivar en insatisfacción o daños a los pacientes, impactando negativamente la reputación del centro.

- Retrasos en los tiempos de atención o errores en los tratamientos debido a una planificación inadecuada de los recursos y procesos.

Riesgo tecnológico:

- Obsolescencia rápida de los equipos y tecnologías adquiridas, lo que afectaría la competitividad y la eficiencia de los servicios.
- Posibles fallas en sistemas digitales de gestión de pacientes o marketing, afectando la operación y captación de clientes.

Riesgo asociado a las alianzas estratégicas:

- Falta de cumplimiento de los acuerdos establecidos con aseguradoras y socios estratégicos, limitando el acceso a pacientes internacionales.
- Dependencia excesiva de terceros para la atracción de clientes, lo que puede generar vulnerabilidad en el modelo de negocio.

Acciones preventivas y estrategias de mitigación

Riesgo		Acción preventiva	Estrategia de mitigación
Operativo	Fallas en la cadena de suministro de insumos o tecnología, rotación del personal, problemas logísticos.	Contratación de personal capacitado y protocolos operativos estandarizados.	Manuales operativos + sistemas de evaluación continua de desempeño.
Sanitario	Infecciones cruzadas, incumplimiento de normas de bioseguridad, brotes de enfermedades.	Cumplimiento estricto de la Resolución 1316 de 2021 y capacitaciones continuas en bioseguridad.	Auditorías internas y externas sanitarias trimestrales.
Legal	Incumplimiento normativo, sanciones por no cumplir con habilitaciones del Ministerio de Salud.	Acompañamiento legal permanente, asesoría en habilitación y cumplimiento normativo.	Registro y actualización ante MinSalud y SuperSalud; revisión bimensual de licencias y requisitos.
Reputacional	Opiniones negativas en redes sociales, malas experiencias de	Protocolo de atención al usuario, seguimiento post-servicio, programa de embajadores de marca.	Plan de manejo de crisis comunicacional, gestión profesional de redes y relaciones públicas.

	pacientes, filtraciones de datos.		
Tecnológico	Fallas en la página web, ataques cibernéticos, pérdida de bases de datos o citas médicas.	Mantenimiento preventivo del sistema, contratación de proveedor especializado en seguridad digital.	Backup semanal, firewall avanzado, protocolos de recuperación ante fallas.
Financiero		Plan de flujo de caja proyectado, control de costos, análisis de retorno de inversión.	Fondo de contingencia (10% del capital), revisión semestral del punto de equilibrio.

Nota: Elaboración propia

Conclusiones

El modelo propuesto para la creación de un centro odontológico estético en Cali responde a una necesidad emergente en el contexto global del turismo médico: ofrecer una alternativa confiable, accesible y altamente especializada a pacientes internacionales que enfrentan barreras de acceso en sus países de origen. A través de una propuesta de valor centrada en la atención integral, personalizada y culturalmente sensible, el servicio combina odontología estética de alta complejidad, medicina estética facial y una experiencia VIP que integra alojamiento, transporte, acompañamiento logístico y asesoría multilingüe.

Lo que diferencia a este proyecto no es solo su capacidad técnica, sino su enfoque holístico y su posicionamiento como una experiencia de salud y bienestar. Su ventaja competitiva se basa en la articulación de tres ejes clave: (1) una infraestructura moderna y tecnológicamente avanzada, (2) una red estratégica de alianzas con actores del turismo, la salud y el aseguramiento internacional, y (3) una estrategia de marketing orientada a segmentos internacionales bien definidos. Este enfoque permite no solo atraer pacientes, sino fidelizarlos mediante un modelo centrado en la confianza, la seguridad y la calidad percibida.

En síntesis, se trata de una propuesta diferenciadora en el mercado latinoamericano del turismo médico, que no compite únicamente por precios, sino por valor agregado, calidez humana, excelencia clínica y experiencia integral, posicionando a Cali como un destino líder en salud estética dental para pacientes internacionales.

Recomendaciones

En el desarrollo de este proyecto se identificó una oportunidad significativa para consolidar a la ciudad de Cali como un destino estratégico en el ámbito del turismo médico, específicamente en odontología estética de alta calidad, por ello, se recomienda implementar un modelo de atención integral que no solo responda a las expectativas clínicas de los pacientes extranjeros, sino que también contemple servicios complementarios como el acompañamiento logístico, la atención personalizada y el uso de tecnologías digitales multilingües.

Asimismo, es importante establecer alianzas estratégicas con instituciones del sector salud, turismo, hotelería y aseguradoras tanto nacionales como internacionales, estas sinergias fortalecerían la oferta de valor del servicio, aportando confianza y respaldo a los pacientes internacionales.

Por otro lado, la implementación de un programa de formación continua para el personal clínico y administrativo garantiza estándares internacionales en atención al paciente, manejo intercultural y conocimiento de idiomas.

En términos operativos, se recomienda desarrollar un plan de gestión de riesgos que contemple medidas de bioseguridad, protocolos estandarizados de atención y planes de contingencia para situaciones imprevistas.

Adicionalmente, se recomienda realizar estudios de mercado periódicos para monitorear las tendencias del turismo médico, las nuevas tecnologías aplicadas a la odontología estética y las expectativas de los pacientes en cuanto a calidad, innovación y servicio, esta información permitirá realizar ajustes estratégicos y mantener la competitividad a mediano y largo plazo.

Bibliografía

- Alcaldía de Santiago de Cali. (2024, abril 9). *La Alcaldía de Cali, la Gobernación del Valle, ProColombia y la Cámara de Comercio de Cali firmaron un acuerdo que busca potenciar el turismo médico en la capital del Valle*. <https://www.cali.gov.co>
- Alcaldía de Santiago de Cali. (2024, julio 11). *Cali busca convertirse en un destino líder en turismo de salud en el mundo*. <https://www.cali.gov.co/turismo/publicaciones/182035/cali-busca-convertirse-en-un-destino-lider-en-turismo-de-salud-en-el-mundo/>
- Alcaldía de Santiago de Cali. (2024, julio 31). *Más de 17.000 personas migrantes, refugiadas y retornadas se han atendido en los dos puntos de orientación dispuestos por la Alcaldía de Cali*. <https://www.cali.gov.co/bienestar/publicaciones/182270/>
- Alcaldía de Santiago de Cali. (2024). *Cali sede de la primera Cumbre de Turismo de Destinos en Salud, Bienestar y Medicina Internacional 2024*. <https://www.cali.gov.co/publicaciones/180290/>
- Alcaldía de Santiago de Cali. (2024). *Turismo médico en Cali ha crecido 7 % en 2024*. <https://www.cali.gov.co/turismo/publicaciones/182013/>
- Banco Mundial. (2018). *Migración desde Venezuela a Colombia: Impactos y estrategia de respuesta en el corto y mediano plazo*. <https://r4v.info/es/documents/download/66643>
- Cámara de Comercio de Cali. (2021, diciembre 21). *Ritmo Cluster: Viajes de salud, un mercado para conquistar*. <https://www3.ccc.org.co/inc/uploads/2021/12/Informe-37-Excelencia-Clinica-VFinal.pdf>
- Cancillería. (2024, abril 10). *Antecedentes históricos y causas de la migración*. <https://www.cancilleria.gov.co/colombia/migracion/historia>
- Castro, J. D. (2023). *Desafíos y fortalezas del turismo médico en Cali: Visiones y estrategias futuras*. ResearchGate. <https://www.researchgate.net/publication/375198170>
- Clínica Tascón. (2025). *Turismo dental*. <https://www.clinicatasconodontologia.com/turismo-dental/>

- Consejo Privado de Competitividad. (2019). *Informe nacional de competitividad 2018–2019: Salud*. <https://compite.com.co/informe/informe-nacional-de-competitividad-2018-2019/salud/>
- Dávila-Rodríguez, C., Andrade Díaz, K., & Prada-Bolaños, M. (2023). *Desafíos y fortalezas del turismo médico en Cali: Visiones y estrategias futuras*. <https://www.researchgate.net/publication/375198170>
- Diario de Occidente. (2024). *Cali: Colombia's second medical tourism destination*. <https://occidente.co/turismo-medico/cali-colombias-second-medical-tourism-destination/>
- Dr. Alejandro Martínez. (2025). *Turismo dental en Cali – Colombia*. <https://dralejandromartinez.com.co/paquetes-internacionales/>
- El Espectador. (2024). *Cali, potencia en turismo médico en Colombia y el mundo*. <https://www.elespectador.com/turismo/cali-potencia-en-turismo-medico-en-colombia-y-el-mundo/>
- El Universal. (2025, julio 12). *Tarsys Loayza Roys, colombiana en el World's Top 100 Doctors*. <https://www.eluniversal.com.co/informe-empresarial/2023/07/12/>
- Infobae. (2024, julio 10). *Colombia se posiciona como líder en el turismo médico a nivel mundial por estos tratamientos*. <https://www.infobae.com/colombia/2024/07/10/>
- Infobae. (2025, mayo 9). *Colombia se posiciona como líder en el turismo médico a nivel mundial por estos tratamientos*. <https://www.infobae.com/colombia/2024/07/10/>
- La República. (2024). *Las ciudades que lideran el turismo de salud y que más trae extranjeros a Colombia*. <https://www.larepublica.co/ocio/las-ciudades-que-lideran-el-turismo-de-salud-y-que-mas-trae-extranjeros-a-colombia-4087399>
- López Rodríguez, A. L. (2023). Turismo médico en Colombia: Dinámica y ventaja competitiva. *Revista CEA*, 9(20), e2407. <https://www.researchgate.net/publication/371257823>
- Mantilla Mejía, H. L. (2023). Turismo de salud en Colombia: Un enfoque estratégico. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(2), 4568–4578. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i2.919>

- Martínez Garcés, J. Y. (2020). Innovación organizacional y competitividad empresarial: Centros estéticos de turismo de salud en Cali-Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(2), 120–132.
- Mesa, A. (2023, noviembre 16). *El Valle del Cauca, una de las regiones líder en turismo dental*. <https://caracol.com.co/2023/11/16/>
- Migración Colombia. (2019). *Estadísticas: Flujos con uso de pasaporte*. <http://migracioncolombia.gov.co/documentos/estadisticas/publicaciones/>
- Mutlu, R. (2024). *Comparación del turismo de salud entre Turquía y Colombia*. <https://remediast.com/turkey-vs-colombia-health-tourism-comparison/>
- Nexdu. (2025). *Centros odontológicos en Cali*. <https://www.nexdu.com/co/q/cali-vac/centros-odontologicos>
- Organización Internacional para las Migraciones (OIM). (2023, septiembre). *La OIM publica el perfil migratorio de Colombia*. <https://www.iom.int/es/news/la-oim-publica-el-perfil-migratorio-de-colombia>
- Organización Internacional para las Migraciones (OIM). (2024, enero). *Estudio del impacto fiscal de la migración venezolana en Colombia: Realidad vs. potencial*. https://americas.iom.int/sites/g/files/tmzbd1626/files/documents/2024-04/informe-final_vf.pdf
- Organización Mundial del Turismo. (2017). *Panorama OMT del turismo internacional: Edición 2017*. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>
- Ospina Henao, D. (2025). *Las ciudades que lideran el turismo de salud y que más trae extranjeros a Colombia*. <https://www.larepublica.co/ocio/las-ciudades-que-lideran-el-turismo-de-salud-y-que-mas-trae-extranjeros-a-colombia-4087399>
- Prokerala. (2024). *Calculadora de tiempos de vuelo*. <https://www.prokerala.com/travel/flight-time/from-miami/to-cali/>

Ramírez Herrera, C. (2022). *Perfil migratorio de Colombia 2021*. Organización Internacional para las Migraciones (OIM). <https://publications.iom.int/books/perfil-migratorio-de-colombia-2021>

Sánchez Marín, S. (2023). *Factores que inciden en la decisión de compra en servicios de turismo médico en Colombia* [Tesis de maestría, Universidad de Manizales]. <https://ridum.umanizales.edu.co/handle/20.500.12746/7163>

Anexos

Modelo de entrevista

1. ¿Cómo considera que la apertura de un centro estético dental orientado al turismo de salud impactaría el mercado local y su especialidad en particular?
2. ¿Qué factores se consideran fundamentales para atraer pacientes internacionales a un centro de estética dental en Cali?
3. ¿Cuáles creen que son los principales beneficios y desafíos de trabajar en un centro que atienda principalmente a turistas de salud?
4. ¿Qué infraestructura y tecnología odontológica considera indispensable para garantizar un servicio de alta calidad en el ámbito del turismo de salud?
5. ¿Cuáles son las certificaciones, normas o acreditaciones esenciales que debería cumplir un centro de turismo de salud en Cali para atraer pacientes internacionales?
6. ¿Qué tipos de servicios complementarios (por ejemplo, transporte, alojamiento, asesoría legal) se consideran necesarios para mejorar la experiencia de los pacientes internacionales?
7. ¿Cuáles serían las competencias y claves habilidades que debería tener el personal de atención directa a pacientes internacionales en el centro?
8. ¿Qué tan dispuestos estarían a colaborar en alianzas estratégicas con otras instituciones o actores para fortalecer la oferta de servicios de este centro?

Análisis de entrevistas a expertos

En primer lugar cabe aclarar que la entrevista se realizó a:

- Profesional de Estados Unidos- Radiólogo
- Empresario Caleño en hotelería y turismo
- Empresaria odontóloga
- Coordinador de Clínica El Alba en Santiago de Cali (auditor en salud).

Los ítems sobre los que se indago son los siguientes:

1. ¿Cómo considera que la apertura de un centro estético dental orientado al turismo de salud impactaría el mercado local y su especialidad en particular?.

Entrevistado 1: El mercado local se impacta negativamente porque afectará a los centros que ya están funcionando ante la competitividad que ofrece un nuevo centro con tecnología especializada, si no se encuentra a la par en términos de promesa de valor.

Entrevistado 2: Impactaría positivamente porque esto hace que ellos odontólogos mejoren sus habilidades y competitividad de sus centros.

Entrevistado 3: Es un impacto positivo porque va a ayudar a que el comercio se active, mayor oferta, mayor demanda, se logrará la acreditación a nivel local; lo que constituye en éxito para los empresarios y comunidad.

Entrevistado 4: Es muy positivo porque impulsa el turismo médico ante el reconocimiento que el país ya tiene en este ámbito.

2. ¿Qué factores se consideran fundamentales para atraer pacientes internacionales a un centro de estética dental en Cali?.

Entrevistado 1: Para atraer pacientes internacionales es clave darle confianza al cliente desde la seguridad del paciente, infraestructura, tipo de tecnología a usar en los diferentes procedimientos, así como la ubicación geográfica que brinde seguridad social al paciente.

Entrevistado 2: La atención al usuario, la calidad en la prestación de los servicios y apoyo de servicios complementarios como alojamiento, alimentación y transporte.

Entrevistado 3: Garantizar el profesionalismo del personal, contar con todos los permisos y vigilada con todo el reglamento nacional e internacional. De igual forma brindar seguridad al turista.

Entrevistado 4: Manejo de estrategias para atender al paciente que es procedente de otra nación.

3. ¿Cuáles creen que son los principales beneficios y desafíos de trabajar en un centro que atienda principalmente a turistas de salud?.

Entrevistado 1: Los beneficios es que el turista y/o paciente es que encuentre satisfacción en los servicios adquiridos; uno de los desafíos principales es la esterilidad del lugar.

Entrevistado 2: Los beneficios es que a través de la prestación de los servicios de calidad se pueden crear relaciones de fidelidad en el mediano y largo plazo y por ende recomendaciones a otros pacientes para acudir al centro.

Entrevistado 3: Al tener un paciente internacional se logrará expandir a otros pacientes y por ende se llegarán a nuevos mercados; el desafío puede ser la capacidad de atención.

Entrevistado 4: Uno de los principales desafíos es la multiculturalidad, así como los estándares de belleza específicos de cada región.

4. ¿Qué infraestructura y tecnología odontológica considera indispensable para garantizar un servicio de alta calidad en el ámbito del turismo de salud?.

Entrevistado 1: Debe de ser monitorizado por el gobierno para asegurar estándar de calidad y seguridad del paciente.

Entrevistado 2: Cumplir con la normatividad nacional e internacional como parámetros mínimos de funcionamiento.

Entrevistado 3: Cumplir con la normatividad y garantía de los equipos usados y que estos sean de alta tecnología; así como también que garanticen la calidad seguridad que todos los medicamentos e insumos cumplan con registro Invima.

Entrevistado 4: Instalaciones regulas y que sea accesible ante la logística de la ciudad.

5. ¿Cuáles son las certificaciones, normas o acreditaciones esenciales que debería cumplir un centro de turismo de salud en Cali para atraer pacientes internacionales?.

Entrevistado 1: Estas las emite el gobierno y tienen que ver con la operación, seguridad del paciente.

Entrevistado 2: Normatividad nacional e internacional como parámetros mínimos de funcionamiento.

Entrevistado 3: normatividad y garantía de los equipos usados y que estos sean de alta tecnología; así como también que garanticen la calidad seguridad que todos los medicamentos e insumos cumplan con registro Invima.

Entrevistado 4: Certificaciones por el Ministerio de Salud para funcionamiento como preparación profesional; así como el manejo de un segundo lenguaje.

6. ¿Qué tipos de servicios complementarios (por ejemplo, transporte, alojamiento, asesoría legal) se consideran necesarios para mejorar la experiencia de los pacientes internacionales?.

Entrevistado 1: El alojamiento, servicio de transporte y servicio turístico para que conozcan la ciudad.

Entrevistado 2: Servicio de acompañamiento, transporte, alojamiento, alimentación.

Entrevistado 3: Servicio de acompañamiento, transporte, alojamiento, alimentación, recreación (tour).

Entrevistado 4: Servicios de traductores y acompañamiento total al paciente que es nuevo en la ciudad, asesoría personalizadas.

7. ¿Cuáles serían las competencias y claves habilidades que debería tener el personal de atención directa a pacientes internacionales en el centro?.

Entrevistado 1: Que sea certificado internacionalmente y frecuentemente monitorizado por el gobierno

Entrevistado 2: Personal capacitado en atención al usuario, habilidades técnicas y promoción de valores y respeto por los pacientes.

Entrevistado 3: Habilidades y destrezas de acuerdo a cada especialización y procedimientos.

Entrevistado 4: Los profesionales deben de manejar capacidades blandas, manejo de culturas, costumbres y entendimiento de las mismas.

8. ¿Qué tan dispuestos estarían a colaborar en alianzas estratégicas con otras instituciones o actores para fortalecer la oferta de servicios de este centro?.

Entrevistado 1: Las alianzas estratégicas son claves para el desarrollo de un proyecto de este alcance.

Entrevistado 2: Se debe solicitar ayuda ante las entidades gubernamentales para la consolidación de alianzas estratégicas.

Entrevistado 3: Las alianzas estratégicas son claves para el desarrollo de un proyecto de este alcance.

Entrevistado 4: Se hace clave los convenios institucionales para la sostenibilidad del centro.