



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS
Laureate International Universities®

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA LA IMPORTACIÓN DE ALGODÓN
DENTAL PRODUCIDO EN MEDELLÍN – COLOMBIA PARA SU
COMERCIALIZACION EN QUITO – ECUADOR**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos
para optar por el título de:

**LICENCIADO EN CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
MENCIÓN COMERCIO INTERNACIONAL**

Profesor Guía
Ing. LUIS TORRES

Autor
GANDY DAVID VIZCAÍNO TERÁN

AÑO
2011

DECLARACION DEL PROFESOR GUIA

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

Ing. Luis Torres

C.I. 1720264462

DECLARACION DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

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

Gandy David Vizcaíno Terán
C.I. 0401328042

AGRADECIMIENTO

Extiendo mi agradecimiento más sincero a la Institución de la cual llevo los más significativos conocimientos, a mis profesores por todas las enseñanzas impartidas en las aulas de clase.

DEDICATORIA

A mi madre y a mi padre con mucho amor y cariño les dedico todo mi trabajo y esfuerzo puesto en la realización de esta Tesis.

RESUMEN

El desarrollo del proyecto de investigación de mercados para la importación de algodón dental hacia el mercado de la ciudad de Quito pretendiendo cubrir la escasez de este tipo de producto, supliendo las características eficientes de baja calidad de productos que se comercializan en el mercado actualmente hace desarrollar un proceso de identificación de necesidades, requerimientos, tendencias y preferencias de este mercado, orientado de manera específica hacia los profesionales odontólogos registrados en el Colegio de Odontólogos de Pichincha.

De manera general se ha determinado que el algodón dental se lo conoce como algodón hidrófilo con una codificación de arancel externo común 3005.90.10.00. Un derivado del algodón común tiene como historia más de 1500 años antes de Cristo y que por sus grandes cualidades de absorción se lo destina hacia el uso quirúrgico siendo necesario destinar 100% de materia prima pura.

El Ecuador no registra producción de este tipo de producto por consiguiente la exportación es sumamente baja identificándose procesos de importación desde países tradicionales y de gran reconocimiento como Colombia, Perú y a partir del año 2008 apareciendo un nuevo proveedor como es México, con importaciones que oscilan entre las 40 a 60 toneladas métricas para cada uno de estos países en lo que fue el 2010.

Con estos antecedentes se identificó que el mercado de algodón dental en el Ecuador es creciente considerando el crecimiento poblacional y las condiciones de mantener un mejor estilo de vida ya sea por parte de la misma población o de los organismo e instituciones públicas y privadas identificando una demanda potencial del mercado que sobrepasa los 6.453.000 apósitos como mínimo y una demanda objetiva de 11.183.308 apósitos para pacientes que se atiendan como mínimo una sola vez al año.

Bajo este escenario es entonces atractivo desarrollar una estrategia que permita la introducción y comercialización de este producto marcando un canal de distribución que nos mantenga en contacto con el productor, exportador hacia nuestro punto de distribución como mayoristas para colocar el producto en el mercado ya sea a través de almacenes dentales, visitantes médicos y llegar hacia el profesional odontólogo. Pudo observarse entonces que el ambiente es propicio para proveer y satisfacer las exigentes necesidades de nuestro mercado meta.

ABSTRACT

The development of a market research project for the importation of dental floss to the market town of Quito are intended to cover the shortage of this type of product, supplying efficient features low quality of products sold on the market today do develop an identification of needs, requirements, trends and preferences of this market, specifically oriented towards dental professionals registered with the College of Dentists of Pichincha.

In general, it has determined that the dental floss is known as cotton wool with a common external tariff code 3005.90.10.00. A derivative of the common cotton story is more than 1500 years before Christ and that his great qualities to absorb it intended to use surgery being necessary to allocate 100% pure raw material.

Ecuador does not record the production of this type of export product so identified is extremely low import processes from traditional countries and widely recognized as Colombia, Peru and from 2008 appeared as a new supplier is Mexico, with imports ranging from the 40 to 60 metric tons for each of these countries in what was by 2010.

With this background it was found that dental cotton market in Ecuador is considering increasing population growth and the conditions to maintain a better lifestyle either by the same people or bodies and public and private institutions by identifying a demand market potential exceeds 6,453,000 minimum dressings and dressings 11,183,308 objective demands for patients who meet at least once a year.

Under this scenario is attractive then develop a strategy for the introduction and marketing of this product by dialing a distribution channel that keeps us in touch with the producer, exporter to our wholesale distribution point as to place the product on the market either through dental stores, health visitors and reach

into the professional dentist. It was observed then that the environment is conducive to provide and meet the demanding needs of our target market.

ÍNDICE

INTRODUCCION	1
1 Tema	2
1.1 Delimitación del tema	2
2 Definición del Problema	2
2.1 Planteamiento del Problema	2
2.2 Pregunta de Investigación.....	3
2.3 Formulación de hipótesis	3
3 Objetivos	3
3.1 Objetivo General	3
3.2 Objetivos Específicos.....	4
4 Justificación.....	4
5 Marco Teórico	6
6 Metodología.....	8
6.1 Tipos de Estudio	8
6.2 Fuentes de recolección de información.....	9
6.3 Presentación de la Información.....	10
CAPITULO I	11
1 Generalidades e importancia del algodón dental	11
1.1 El algodón dental o Algodón Hidrófilo.....	11
1.1.1 Tendencias de uso de algodón dental en Quito – Ecuador	13
1.1.2 El producto	16
1.1.3 Propiedades del producto.....	17
1.1.4 Uso y aplicaciones del algodón	18
1.2 Producción y oferta de algodón dental en el Ecuador	19
1.2.1 La calidad del producto.....	19
1.2.2 Productos sustitutos	23
CAPITULO II	24
2 El Mercado de Algodón Dental en Quito – Ecuador	24
2.1 Segmentación del mercado.....	24
2.1.1 Cálculo del tamaño de la muestra	25
2.2 Análisis de las preguntas	26

2.3	La demanda potencial	35
2.4	La demanda objetivo	36
2.5	Análisis comparativo del mercado	37
2.5.1	Cinco fuerzas de Porter	37
2.6	Precio del producto	39
2.7	Proceso de importación.....	43
CAPITULO III	48
3	Estrategias de Mercado para la introducción y comercialización del algodón dental en el mercado del Distrito Metropolitano de Quito	48
3.1	MATRIZ FODA.....	48
3.2	Estrategia de introducción del producto.	55
3.3	Estrategias de publicidad.	55
3.4	Estrategias de distribución	59
3.4.1	Estrategia de distribución Intensiva	61
3.4.2	Estrategia de distribución Selectiva	62
3.5	Conclusiones y Recomendaciones	64
	CONCLUSIONES.....	64
	RECOMENDACIONES	67
	BIBLIOGRAFÍA	68
	ANEXOS	70

INTRODUCCION

El estudio va direccionado a cubrir las necesidades más elementales de la población, empeñada en mejorar su calidad de vida y estándares de convivencia social. Es pertinente remitirse a datos generales que establecen cambios sustanciales en el estilo de vida de las personas afectando incluso en la reducción de su tiempo estimado de vida pasando de 65 a 60 años producto del apareamiento de nuevas enfermedades, debido al descuido, la desatención, la mala alimentación y otros factores que causan efectos negativos en nuestro cuerpo.

La salud es el don más grande que podemos tener ya que todo gira alrededor de ella, un cuerpo sano nos ayuda a crecer en nuestra vida diaria porque no tenemos limitantes para hacer y cumplir nuestros objetivos. Sucede todo lo contrario cuando padecemos una enfermedad ya que no podemos vivir tranquilos por el sufrimiento, el dolor, las preocupaciones que una enfermedad acarrea; y, esto se agudiza cuando la enfermedad es más grave.

Por tal razón debemos prever y cuidar nuestro cuerpo ya que de eso depende en gran medida del tiempo de vida que se tenga.

Además conforme pasa el tiempo las personas preferimos vernos cada día mejor, cuidando nuestra apariencia a través del cuidado de nuestra piel, de nuestros órganos internos mediante chequeos y como es el caso de estudio a través del cuidado de nuestra salud oral, ya que los dientes cumplen un papel muy importante en la vida diaria por cuanto se los utiliza en todos los procesos alimenticios.

En Ecuador existe una escasez de fabricantes de productos odontológicos en general, esto incluye a los algodones dentales, que al ser un producto descartable se utiliza de manera diaria por todos y cada uno de los odontólogos

ecuatorianos, generando una demanda diaria creciente, por ser un elemento necesario en cada intervención médica odontológica.

En tal virtud y por la necesidad de satisfacer la demanda de este producto, se ha visto la oportunidad de realizar una investigación de mercados para lograr un mayor posicionamiento en el suministro del algodón dental en el Ecuador y de manera específica en la ciudad de Quito.

1 Tema

Investigación de mercados para la importación de algodón dental producido en Medellín - Colombia para su comercialización en Quito - Ecuador.

1.1 Delimitación del tema

El tema se encuentra delimitado en el proceso de investigación de mercados en el Distrito Metropolitano de Quito, direccionada hacia la factibilidad de importación de algodón dental desde el mercado productor de la ciudad de Medellín Colombia, para cubrir la demanda del mercado odontológico de la ciudad de Quito.

2 Definición del Problema

2.1 Planteamiento del Problema

Debido a la escasez de algodón dental y la baja calidad de este producto que ofrece el mercado ecuatoriano y especialmente el quiteño, ya que no cuenta ni ha desarrollado la suficiente tecnología para la producción de algodón dental, la oferta de un producto que cumpla las características y especificaciones que el mercado requiere se hace indispensable. En razón a la alta demanda se hace necesario buscar un proveedor, que brinde algodón dental de mejor calidad, a un precio competitivo con relación al algodón producido en Ecuador.

2.2 Pregunta de Investigación

¿Se hace necesaria la importación de algodón dental tanto trenzado como normal, para satisfacer la creciente demanda del mercado de la ciudad de Quito?

2.3 Formulación de hipótesis

Existe baja producción de algodón dental en el Ecuador; lo que origina un desequilibrio entre la oferta y la demanda de éste producto en el mercado de la ciudad de Quito.

Ecuador cuenta con una ventaja de importación de algodón dental tanto normal como trenzado, a través de la Comunidad Andina de Naciones (CAN).

Existe un mercado creciente de demanda de algodón dental en la ciudad de Quito.

Existen proveedores internacionales de algodón dental con una calidad superior a la del algodón dental ecuatoriano.

3 Objetivos

3.1 Objetivo General

Realizar una investigación de mercados para establecer la posibilidad de importación, de algodón dental desde Medellín Colombia para su comercialización en el mercado del Distrito Metropolitano de Quito.

3.2 Objetivos Específicos

1. Determinar las características y bondades del algodón dental para la salud oral de los usuarios.
2. Conocer las características del mercado consumidor en la ciudad de Quito.
3. Analizar el mercado de algodón dental en Quito, Ecuador y sus principales oferentes determinando la demanda potencial de este producto.
4. Determinar una estructura para la distribución y comercialización de algodón dental en el mercado de la ciudad de Quito.
5. Investigar las barreras de entrada del algodón dental a Ecuador, a través de un análisis de las fuerzas competitivas de Porter.
6. Determinar las ventajas comparativas y absolutas que tiene Medellín - Colombia en la producción de algodón dental, que sirvan de ventaja competitiva para el mercado de la ciudad de Quito

4 Justificación

La demanda de algodón dental tiene su énfasis en las diferentes enfermedades bucales u odontológicas provocadas por el apareamiento constante de caries dental, enfermedades periodontales, maloclusiones, deformaciones dento máxilo faciales, lesiones de tejidos blandos, necesidad de prótesis, cáncer bucal, entre otros factores, lo que obliga a que la población busque constantemente mejorar la calidad de vida en su salud bucal.

Si la población se ha incrementado, pasando de aproximadamente 11 millones de habitantes para el 2001 a 14 millones de habitantes para el 2010, en ese

período la presencia de las enfermedades bucales también se han visto incrementarse de igual manera en la medida como se comportan los factores condicionantes y determinantes del problema y también en la forma que pueden haber existido o intervenido métodos preventivos o de tratamiento en ese tiempo con el uso de materiales que permitan minimizar costos, mejorar el rendimiento y al profesional ser competitivo.

Las necesidades de atención odontológica por parte de la población tienen como origen:

- La pobreza que cubre cada vez a sectores más amplios.
- Más personas solicitan sólo atenciones de emergencia y los tratamientos integrales y/o complejos o sofisticados se postergan o son hechos por personal no profesional.
- Se prefiere el trabajo odontológico de menor costo y no el más elaborado, técnica y científicamente mejor y más duradero.
- Menos personas acuden a controles periódicos con menos oportunidad de prevención.
- Los pacientes no terminan los tratamientos inicialmente acordados, muchas veces se van con los “provisionales”.
- Por el factor económico limitante muchas citas son “olvidadas”.
- Los honorarios pactados son difícilmente pagados en su totalidad.

Para producir el algodón dental, es preciso determinar que el algodón es la principal planta cultivada para la producción de fibra en el mundo entero, esta es considerada de gran importancia como materia prima para la fabricación de tejidos y prendas de vestir y hoy por hoy hacia usos especiales como la prevención de la salud oral.

En Ecuador existe una escasez de fabricantes de productos odontológicos en general, esto incluye a los algodones dentales, que al ser un producto descartable se utiliza de manera diaria por todos y cada uno de los odontólogos

ecuatorianos, generando una demanda diaria creciente, por ser un elemento necesario en cada intervención médica odontológica.

5 Marco Teórico

David Ricardo, en la teoría de la ventaja comparativa y en especial en sus ideas sobre el mercado y el comercio exterior, intenta demostrar que se debe ser competitivo y que debe pugnarse por importar solo aquello en lo que los países sean ineficientes. Por esta razón se utilizará esta teoría para sustentar el trabajo de investigación de mercado para la importación de algodón dental, ya que se estudiará la posibilidad de importar debido a que tiene una ventaja comparativa respecto al mercado local y a los demás países.

Esta Teoría fue formulada por David Ricardo en 1817 a través de la cual explica el origen de las ingentes ganancias que produce el libre comercio más allá de la explicación dada por la teoría de la ventaja absoluta entendida como la capacidad de un país para producir más de un bien determinado con sus recursos propios sean estos económicos, trabajo, tecnológicos; así como la capacidad de una parte para tomar prestado a un tipo de interés inferior al asequible por la otra parte.

Esto contrasta con la ventaja comparativa que no es más que la Capacidad de un país para producir determinado bien utilizando menos recursos que el resto de países y de esta manera reduce sus costos.

La teoría de la ventaja absoluta defiende que los países deben especializarse en los bienes para cuya producción emplean menor cantidad de inputs o insumos que los demás países y exportar parte de éstos para comprar los bienes que otro país produce con un menor costo. El comercio internacional no se rige por esta teoría, sino por la teoría de la ventaja comparativa.¹

Según la teoría de la ventaja comparativa, aunque un país no tenga ventaja absoluta en la producción de ningún bien, le conviene especializarse en la

¹ Karl E. y JUSTO, Rayo C. Principios de la Economía (5to ed.), Prentice-Pasillo, 1999, pág 59

producción de aquellas mercancías para las que su desventaja sea menor, y el país que tenga ventaja absoluta en la producción de todos los bienes debe especializarse en la producción de aquellos cuya ventaja sea mayor.²

La teoría de la ventaja comparativa constituye una explicación del comercio internacional basada en las diferencias de los costos del trabajo entre los países. La ventaja competitiva de un país y su ventaja comparativa (o la absoluta) pueden converger o hallarse en discordancia, lo cual reforzará o atenuará, respectivamente, su potencialidad.

Si el país en este caso Colombia produce el algodón dental a un menor costo que otros países como Ecuador, conviene a nuestro país comprarlo antes que producirlo. Se diría entonces que Colombia tiene una ventaja comparativa respecto al Ecuador en la producción de algodón dental en sus diversos tipos.

Consecuentemente, los aranceles tienen un efecto negativo sobre la economía de nuestro país, ya que el efecto se lo ve en los precios que deben pagar los consumidores a pesar de contar con facilidades como las otorgadas por la Comunidad Andina de Naciones, frente a Colombia que produce el algodón más barato. También cabe aclarar en este punto David Ricardo sostenía que el valor de los bienes se establece a partir del trabajo, y es por eso que se interesó en analizar los precios individuales³.

Con respecto a lo anterior, cabe recalcar que el desarrollo de la presente tesis estará exclusivamente centrado en el estudio de la posibilidad para la importación de algodón dental desde Medellín, Colombia para su comercialización en Quito, Ecuador, a través de una investigación de mercados.

² G. de Vivo "Ricardo, David," *El Palgrave nuevo: Un diccionario de la economía*, 1997, pp. 183.

³ Paul. A. Samuelson (2001). "Ricardo, David (1772-1823)," *Enciclopedia internacional de las ciencias sociales y del comportamiento* Extracto.

Para la presente investigación se tomó la teoría de la ventaja comparativa porque refiere una explicación del comercio internacional basada en las diferencias de los costos de los factores de producción entre los países, en el caso del algodón dental al tener un producto de calidad comprobada y con un precio competitivo en relación al mercado ecuatoriano convendría la importación del algodón dental.

6 Metodología

La metodología a utilizar en esta investigación de mercados para la importación de algodón dental desde Medellín, Colombia para su comercialización en Quito, Ecuador , está dada por la utilización de varios tipos de estudio acordes a las necesidades de la estructuración de la investigación de mercados, por ello se plantea los siguientes procedimientos investigativos:

6.1 Tipos de Estudio

Por la naturaleza de la investigación el estudio puede considerarse como:

Histórico-Lógico

Analiza la trayectoria concreta de la teoría, su condicionamiento a los diferentes periodos de la historia. Los métodos lógicos se basan en el estudio histórico poniendo de manifiesto la lógica interna de desarrollo, de su teoría y encuentra el conocimiento más profundo de esta, de su esencia.

Este método será de gran ayuda para conocer los datos precedentes que permitirán establecer parámetros comparativos y su evolución en el tiempo en cuanto a empresas productoras e importadoras de algodón dental para el mercado de la ciudad de Quito, se lo hará a través de un SIM (Sistema de Inteligencia de Mercados).

Analítico – Sintético

Consiste en descomponer y distinguir los elementos de un todo; revisarlos ordenadamente cada uno de ellos por separado, tendiendo a reconstruir un todo, a partir de los elementos estudiados.

Este método se lo emplea especialmente en el desarrollo de la investigación de mercados al tomar los distintos parámetros del marketing MIX (producto, precio, plaza y promoción).

Inductivo – Deductivo

Este esquema científico se inicia con observaciones individuales, a partir de las cuales se plantean generalizaciones cuyo contenido rebasa el de los hechos inicialmente observados. Las generalizaciones permiten hacer predicciones cuya confirmación las refuerza y cuyo fracaso las debilita y puede obligar a modificarlas o hasta rechazarlas. El método inductivo-deductivo acepta la existencia de una realidad externa y postula la capacidad del hombre para percibirla a través de sus sentidos y entenderla por medio de su inteligencia.

Se utilizará para la elaboración de las encuestas que se aplicarán a los distintos segmentos de mercado, estableciendo las preferencias y la aceptación que puede tener el producto algodón dental en el mercado de la ciudad de Quito.

6.2 Fuentes de recolección de información

Usualmente se habla de dos tipos de fuentes de recolección de información: Las primarias y las secundarias.

Fuentes Primarias: Son todas aquellas de las cuales se obtiene información directa, es decir, de donde se origina la información.

Estas fuentes son las personas y las organizaciones interesadas en contar con el algodón dental, tal es el caso de profesionales odontólogos así como las empresas distribuidoras y comercializadoras de este producto.

Fuentes Secundarias: Son todas aquellas que ofrecen información sobre el tema por investigar, pero que no son la fuente original de los hechos o situaciones, sino que los referencian.

Los libros, revistas, documentos escritos referentes a empresas productoras y comercializadoras de algodón dental, así como información estadística de la población local, Internet, entre otras, serán fuentes secundarias.

6.3 Presentación de la Información

El análisis de la información se hará a través de tablas, cuadros, gráficos y la presentación se la hará a través de Power Point. Se utilizarán diferentes herramientas estadísticas como son las medidas de tendencia, dispersión, regresión, etc.

CAPITULO I

1 Generalidades e importancia del algodón dental

1.1 El algodón dental o Algodón Hidrófilo

Para iniciar el tratamiento del algodón dental, es necesario remitirse a las primeras apariciones del algodón en el contexto del convivir humano, las primeras referencias de este producto datan del año 1.500 antes de Cristo, su conocimiento se lo remite a la India, siendo este país por más de 3.000 años el principal referente dentro de producción y transformación de esta fibra, a través del tiempo el cultivo de algodón fue extendiéndose a otros países de Asia, África y Europa. En lo que corresponde a América especialmente en Colombia el algodón se lo explotaba como fibra dirigida específicamente para el sector textil esto desde mucho antes de la conquista española.

Según el autor Carlos Silva⁴ especialista en biotecnología agrícola del Perú, el algodón pertenece al género *Gossypium*, familia *Malvaceae*⁵, entendiéndose a este término como algodón. Planta vivaz de la familia de las *Malváceas*, con tallos verdes al principio y rojos al tiempo de florecer, hojas alternas casi acorazonadas y de cinco lóbulos, flores amarillas con manchas encarnadas, y cuyo fruto es una cápsula que contiene de 15 a 20 semillas, envueltas en una borra muy larga y blanca, que se desenrolla y sale al abrirse la cápsula, comprende un gran número de especies.

Las plantas de algodón pertenecen al género llamado *Gossypium* con alrededor de 40 especies de arbustos de la familia de las *Malvaceae*, oriundos de las regiones tropicales y subtropicales tanto del Viejo Mundo como del Nuevo.

⁴ SILVA, Carlos Arturo, Publicación de AGRO-BIO, El Algodón Genéticamente Modificado, 2005, pág. 3
ISBN 958-33-8396-1

⁵ Ibid

El cultivo de algodón es uno de los que más productos químicos utiliza, de forma que puede contaminar las tierras de cultivo. El algodón también requiere gran cantidad de agua en comparación con otros cultivos.

Es determinante analizar los principales problemas de producción de algodón en el vecino país, tomando en consideración que estos afectan y afectarán a cobertura del mercado ecuatoriano, entre estos principales problemas se encuentra el costo de producción debido en gran medida al control de plagas, que requería la introducción y el tratamiento de los cultivos con insecticidas lo que repercutía directamente hacia la calidad del producto y las reacciones nocivas hacia la salud.

Hidrófilo Dícese de la materia que absorbe el agua con gran facilidad⁶

El algodón hidrófilo puede ser de varias clases o tipos para uso médico entre las que se pueden citar:

- Algodón absorbente: algodón del que se ha separado la materia grasa. También llamado algodón hidrófilo.

En la producción del algodón hidrófilo se destina materia prima 100% pura, blanqueado con peróxido de hidrógeno sin el uso de cloro o productos derivados del cloro y sin el uso de blanqueadores ópticos. El proceso de producción de la línea de algodón hidrófilo y derivados (bastoncillos algodónados, discos desmaquilladores, bolas de algodón) debe ser conforme a estándares como el H.A.C.C.P. (Hazard Analysis Critical Control Points). Además, se ha lanzado al mercado un tipo de algodón hidrófilo derivado de plantas que crecen naturalmente y que se recogen en cultivos no sujetos a tratamientos químico-orgánicos, procurando siempre responder con una especial atención a las demandas de los clientes que exigen un producto no transgénico.

⁶ <http://es.mimi.hu/medicina/hidrofilo.html> (15-03-2011)

Gráfico 1.1: Algodón Hidrófilo o Dental

Elaborado por: El Autor

Este tipo de algodón se lo destina a la producción de otros tipos de productos adicionales al algodón dental o para uso odontológico, generalmente se lo destina para producir, gasas, apósitos, vendas, desmaquilladores, productos para limpieza del cutis y para el cuidado del bebé, gracias a su alto grado de absorción y las cualidades del producto en cuanto al tipo de algodón natural que se lo utiliza.

1.1.1 Tendencias de uso de algodón dental en Quito – Ecuador

El algodón es un producto de un cultivo de ciclo corto que se da principalmente en la región Costa del Ecuador, las principales zonas productoras se encuentran en Manabí y Guayas; en Loja existe producción en pequeñas explotaciones donde la materia prima se destina a la elaboración de artesanías típicas de la zona, como es el caso de la producción de alforjas.

Según Funalgodón, en el período comprendido entre los años 1992 al 2005, se observa una disminución importante de la superficie cosechada de algodón en el Ecuador, al pasar de 32.200 hectáreas en el año 1992 a 1.800 ha en el 2005, es decir un 6% de lo que se cosechaba en el año 1992.

Los factores que ocasionaron esta disminución de la superficie cosechada de algodón, obedecen básicamente a problemas de índole climática como El

Fenómeno del Niño en el año 1998, problemas económicos como la dolarización que ocasionó un incremento de los costos de producción, la falta de crédito para los productores y la escasez de semilla certificada.

Durante los últimos años las importaciones de algodón se incrementaron, por la baja producción en nuestro país, situación que ha motivado a la industria textil a solicitar a las autoridades de gobierno un cupo de importación de algodón con diferimiento arancelario, es así que para el año 2003 se autorizó bajo este mecanismo un volumen de 6.179 toneladas métricas, en el 2004 6.650 TM y en el 2005 11.560 TM, es decir, que en el período comprendido entre el año 2003 al 2005 se obtuvo un incremento del 87,09%, en lo que respecta al período 205 en adelante hasta el 2014 se aplica la resolución 25 “Artículo 2.- El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca actuará como veedor para el cumplimiento del acuerdo de absorción de cosecha de algodón nacional y su adendum, suscrito entre la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador AITE y FUNALGODON el 31 de marzo del 2005, vigente hasta el 31 de marzo del 2014. Los industriales textiles se comprometen apoyar a los productores nacionales mediante el financiamiento parcial de programas específicos destinados a ampliar la superficie cultivada y mejorar la calidad y la productividad de la producción nacional, conforme lo establece la Resolución No. 435 del COMEXI, del 7 de agosto del 2008”.

Fruto del otorgamiento del cupo de las importaciones con diferimiento arancelario, y además debiendo tomar en cuenta la producción nacional, el Ecuador ha incrementado las exportaciones de textiles (fibras y filamentos, hilos, tejidos, prendas de vestir y manufacturas) al pasar de USD \$ 77'878.088 en el 2003, a USD \$ 84'250.713 en el 2005, es decir, que en este período tuvo un crecimiento del 8,18%. Los principales mercados de destino de nuestras exportaciones de textiles son los Estados Unidos de América, La Comunidad Europea, La Comunidad Andina de Naciones, Chile y México; sin embargo como se verá más adelante la producción de algodón netamente para el ámbito farmacéutico es totalmente nula, la balanza comercial muestra tendencias

totalmente desmotivadoras hacia el ámbito de la producción nacional en lo que respecta al algodón hidrófilo, para el 2011 y 2012, el cupo de importación de algodón se muestra en el anexo 1⁷.

De todos modos los actores involucrados en la cadena del algodón, se encuentran empeñados en la reactivación del sector, especialmente a través del programa de Funalgodón que es una ONG que apoya directamente con crédito, asistencia técnica, comercialización, entre otros; además tiene una alianza estratégica con el directorio nacional de la industria textil, la misma que ha manifestado su interés de apoyar el programa, condicionando a la entrega de algodón nacional de calidad, situación que generaría un crecimiento de mano de obra tanto en la producción primaria como en la industria nacional. Para el año 2006 el programa de Funalgodón abarcaría a 1.000 ha en la provincia de Manabí, teniendo a futuro un potencial para fomentar 5.000 hectáreas, progresivamente hasta el 2010,

En cuanto al producto específico como es el algodón hidrófilo, este se encuentra dentro del Arancel Externo Común con la codificación 3005.90.10.00, su comportamiento ha sido totalmente desfavorable para el Ecuador.

La exportación de algodón hidrófilo desde el Ecuador, es sumamente baja apenas representa el 0,5 toneladas métricas en lo que registra para el 2005, no encontrándose registros de exportación para los siguientes años, frente al valor que se importó, relativamente la balanza comercial de este producto para el país es totalmente negativa, cerrando en 93,2 toneladas métricas de diferencia. Lo que representa el 0.53% del total importado, estableciéndose este rubro como consumo aparente de este tipo de algodón, considerando que se tiene como referencia que no existe producción de este tipo de algodón en el país.

⁷ Suplemento del Registro Oficial 543 (RC2) Disponible en <http://legal.gen.ec/Resolucion-25-Diferese-Arancel-Nacional-Importaciones-cero-ciento-0-ad-valorem-importacion>, consultado el 20-12-2011)

1.1.2 El producto

La ventaja fundamental del algodón dental en el mercado ecuatoriano radica en diversos puntos como se los describe a continuación, los mismos que permiten generar una ventaja tanto competitiva así como comparativa frente a otros productos importados ya sea desde la China o México que son los dos países más representativos en lo que respecta a algodón dental.

El producto que se importa desde Colombia y específicamente desde la empresa New Stetic, es elaborado a partir de la Fibra Textil (Algodón Noils), esta fibra está compuesta en un 88 – 96 % de celulosa, lo que le hace mucho más sólido y compacto contando con los niveles de absorción y retención de líquidos o fluidos salivares.

El Algodón Noils es lavado con soluciones detergentes y humectantes, sometiéndose a determinadas temperaturas, con el fin de eliminar todas las impurezas o suciedades presentes. Posteriormente se le realiza el proceso de defragmentación⁸, con el fin de preparar el Algodón para el proceso de secado. Luego de ser secado, al Algodón se le realiza el proceso de Cardado⁹ que consiste en alinear y peinar las fibras del Algodón y acondicionarlo dependiendo de la presentación final que se planea.

El Algodón elaborado en New Stetic no es lavado con componentes de cloro ni posee aditivos de blanqueo óptico, lo que le hace óptimo para la salud del paciente, garantizando su cuidado permanente, a diferencia de otros productos que se expenden en lugares comerciales que por ser elaborados con fibras de algodón regular o por desechos de este, genera impurezas que al ser tratadas con cloro o productos químicos que le permiten obtener su color blanco, genera que al momento de contacto ya sea con la piel o las mucosas y glándulas salivares estos líquidos son disueltos y producen infecciones o alergias.

⁸ Rotura de un núcleo atómico en varios fragmentos

⁹ 1. tr. Preparar con la carda una materia textil para el hilado.

2. tr. Sacar suavemente el pelo con la carda a los paños, felpas u otros tejidos.

3. tr. Peinar, cepillar el pelo desde la punta hasta la raíz a fin de que, al alisar ligeramente su superficie, quede hueco. [en línea], disponible en: <http://wikipedia.org/wiki/item/19558/Cardado> [Consulta 5-03-2011]

1.1.3 Propiedades del producto

a) Propiedades biológicas

- No provoca ni debe provocar reacciones alérgicas, y por su suavidad no maltrata ni irrita los tejidos orales. Esta característica debe ser sumamente importante en el producto considerando el alto nivel de contacto que este producto tiene con las cavidades internas y salivares del paciente que acude ante el profesional odontólogo.
- Ausencia de microorganismos patógenos¹⁰. Organismos que puedan ocasionar enfermedades infecciosas al paciente que acude al profesional médico.

b) Propiedades clínicas

- Fácil manipulación sin desprendimiento de fibra durante su uso, por lo tanto no se adhiere a las membranas mucosas, está es una característica de extrema importancia, tomando en cuenta el cuidado y la atención que debe prestar el profesional en la atención de su paciente, además el desprendimiento de fibras en el uso del producto puede ocasionar efectos en el sistema respiratorio tanto del paciente y del ambiente del consultorio.
- Buena capacidad de absorción de fluidos bucales, lo que aumenta su tiempo de trabajo reduciendo el número de cambios y facilitando el trabajo del odontólogo durante el tratamiento, el grado de concentración y retención de líquidos es fundamental en el proceso de atención dental, especialmente ante la eliminación de fluidos salivares, expulsión de sangre, por efectos de limpieza y desinfección de la zona en curación o tratamiento.

¹⁰ En Infectología, un agente patógeno o nekeneos (del griego *pathos*, enfermedad y *genein*, engendrar) es toda aquella entidad biológica capaz de producir enfermedades o daños a la biología de un huésped (humano, animal, vegetal, etc.) sensiblemente predispuesto. El mecanismo de la patogenicidad ha sido muy estudiado y tiene varios factores, algunos de los cuales son dependientes del agente patógeno y otros del huésped. <http://wikipedia.org/wiki/item/180254/Microorganismos> [Consulta 5-05-2011]

c) Propiedades físico – químicas

- Insoluble¹¹ en los fluidos orgánicos (estabilidad química), esto implica que el producto no puede disolverse ante los fluidos propios que se generan en el tratamiento médico odontológico como son los fluidos salivares, mucosas, agua y alcohol.
- pH¹² próximo al neutro¹³; es decir la acidez y la concentración de hidrógeno debe llegar a cero.

1.1.4 Uso y aplicaciones del algodón

El Algodón de uso odontológico o algodón dental se utiliza básicamente como algodón absorbente: absorbe fluidos bucales lo que facilita el trabajo del odontólogo en la boca o cavidad bucal del paciente.

Básicamente la función del rollo dental es retractar la mejilla, mientras absorbe la humedad, la aplicación del Algodón de Uso Odontológico se da en el campo odontológico donde se requiere trabajar en la mínima condición de humedad posible.

¹¹ Se dice que una sustancia es insoluble en un determinado disolvente cuando no es disuelta por éste. Debe quedar claro que el criterio de solubilidad o insolubilidad de una sustancia ha de ser aplicado individualmente a cada uno de los posibles disolventes. Así, por ejemplo, la sal común se disuelve en agua, pero no en benceno, mientras con la grasa ocurre justo al contrario <http://wikipedia.org/wiki/item/185694/Insoluble> [Consulta 8-03-2011]

¹² El **pH** es una medida de la acidez o alcalinidad de una solución. El pH indica la concentración de iones hidronio [H₃O⁺] presentes en determinadas sustancias. La sigla significa "potencial de hidrógeno" (**p**ondus **H**ydrogenii o **p**otentia **H**ydrogenii; del latín *pondus*, n. = peso; *potentia*, f. = potencia; *hydrogenium*, n. = hidrógeno). Este término fue acuñado por el químico danés Sørensen, quien lo definió como el logaritmo negativo de base 10 de la actividad de los iones hidrógeno. Desde entonces, el término "pH" se ha utilizado universalmente por lo práctico que resulta para evitar el manejo de cifras largas y complejas. En disoluciones diluidas, en lugar de utilizar la actividad del ion hidrógeno, se le puede aproximar empleando la concentración molar del ion hidrógeno <http://wikipedia.org/wiki/item/15203546df/ph> [Consulta 8-03-2011]

¹³ Quím. Aplícase al compuesto que no es básico ni ácido. Ejemplo: sal neutra

1.2 Producción y oferta de algodón dental en el Ecuador

1.2.1 La calidad del producto

El Algodón de Uso Odontológico es elaborado con materias primas de alta calidad, mediante un Proceso estandarizado y certificado bajo la Norma ISO 9001:2008 e ISO 13485:2003

Además, en el Laboratorio de Control de la Calidad se verifica, para el Producto Terminado Algodón de Uso Odontológico, el cumplimiento de los requerimientos de calidad según la British Pharmacopeia 2000 y El Decreto Número 677 de 1995 Ministerio de Salud República de Colombia.

Los parámetros que se evalúan verifican que el Algodón: Presente buena absorción, tenga un pH neutro adecuado para su uso, sea libre de microorganismos patógenos.

Gráfico 1.2: Ensayo de Absorción



Elaborado por: El Autor

Gráfico 1.3: Ensayo Microbiológico



Elaborado por: El Autor

El Algodón de Uso Odontológico se debe manipular cumpliendo con los requerimientos de higiene estipulados que se detallan a continuación:

- Dispense el algodón del empaque original empleando una pinza algodонера.
- Con la pinza algodонера sujete el algodón y llévelo a la boca del paciente, ubíquelo en el lugar deseado.
- Terminado el procedimiento odontológico, deseche este de inmediato.

Este material no es reutilizable; es decir, el algodón dental o de uso odontológico es descartable.

Presentaciones comerciales

a) Trenzado y Liso

- Caja X 2000 rollos, cartón con 20 cajas
- Bolsa X 500 y 1000 rollos, cartón con 45 bolsas.

Gráfico 1.4: Presentaciones de algodón trenzado y liso



Fuente: www.alibaba.com

Elaborado por: El Autor

b) Motas

- Bolsa por 5 g, 10 g, 50 g, 100 g y 500 g

Gráfico 1.5: Algodón dental en Motas



Fuente: www.alibaba.com

Elaborado por: David Vizcoain

c) Zig Zag

- Bolsa X 25 g, 50 g y 100 g, 250 g y 454 g (lb).

Gráfico 1.6: Algodón dental en Zig Za



Fuente: www.alibaba.com

Elaborado por: El Autor

Material de empaque

Todos los materiales de empaque utilizados en el producto algodón para uso odontológico son totalmente compatibles con el producto, a la vez que preservan sus características de calidad.

La Bolsa es elaborada en Polietileno de Baja Densidad.

La Caja es elaborada en Papel Kraft y Papel Cream 127.

Vida útil del producto

El Algodón no tiene vida útil definida, basado en la normatividad vigente. Gracias a su proceso de esterilización y empaque puede tener un alto nivel de durabilidad, es recomendable mantener en lugares secos, eliminar la humedad que genera un deterioro del producto y descomposición.

Almacenamiento y preservación del producto

Almacenar en un lugar fresco, seco y alejado de fuentes de ignición¹⁴. Mantener el producto dentro del empaque.

Manejo: Observe las recomendaciones del fabricante. No requiere ningún tipo especial de manipulación.

Almacenamiento: Lugar fresco y seco, alejado de fuentes de ignición o calor excesivo.

¹⁴ La Ignición ocurre cuando el calor que emite una reacción llega a ser suficiente como para sostener la reacción química. El paso repentino desde un gas frío hasta alcanzar un plasma se denomina también ignición. Otros usos de ignición incluyen. En química, se refiere al material caliente que espontáneamente combustiona. <http://wikipedia.org/wiki/item/19256895462/Ignicion>[Consulta 12-06-2011]

1.2.2 Productos sustitutos

Se han identificado productos sustitutos que reemplacen al algodón dental mediante el desarrollo tecnológico como es el caso de los succionadores o eyectores de fluidos salivares, no obstante desde la perspectiva de la economía, tanto del paciente o cliente entendido como tal, así como del profesional médico odontólogo, el costo es elevado en lo que respecta al equipamiento, cabe indicar que de acuerdo a lo investigado directamente a los centros de distribución y a los profesionales médicos odontólogos de la ciudad de Quito, una línea de compromiso hacia el cuidado del ambiente, invita a que los médicos se orienten paulatinamente hacia la adopción de este tipo de sustitutos, considerando un costo beneficio al dejar de usar el algodón dental y por sobre todo el descartar el desecho de este producto, en el mercado es común encontrar eyectores de succión salivales, que oscilan entre los \$ 120 a \$ 350 dólares y con el equipamiento de sus boquillas de succión, conexiones eléctricas y de agua, pueden alcanzar un costo promedio de \$ 1000 dólares.

El único que podría sustituir aunque de una manera ineficiente es el algodón absorbente común, sin embargo su grado de sustitución genera complicaciones tanto en el manejo del producto por parte del profesional odontólogo así como para el paciente tomando en cuenta su nivel de desprendimiento que ocasiona contaminación y residuos en los flujos salivares. Por consiguiente no se identifican productos sustitutos para el algodón dental, esto se determina en base a la investigación realizada a los distintos centros de distribución de productos dentales en la ciudad de Quito, al igual que de las empresas como New Stetic.¹⁵

¹⁵ C.D. T.P.D.Valerio Grieco Asesor científico de Alta Técnica Dental (artículo publicado en la Revista Alta Técnica Dental 55, Mayo-Junio 2009),

CAPITULO II

2 El Mercado de Algodón Dental en Quito – Ecuador

Determinar el comportamiento de la demanda del mercado odontológico de la ciudad de Quito, en cuanto al uso de algodón dental importado desde Medellín Colombia, dentro de los objetivos se citan los siguientes:

- Identificar las tendencias, usos y requerimientos de los profesionales médicos odontólogos en cuanto al uso de materiales e insumos absorbentes como el algodón en sus procesos de atención dental.
- Aportar a la sociedad y al mercado odontológico con un producto absorbente como es el algodón dental, para así contribuir al mejoramiento de la salud y el desarrollo profesional.
- Proporcionar a las empresas y profesionales médicos un producto que permita mejorar el desempeño de su trabajo.

2.1 Segmentación del mercado

La segmentación del mercado tiene por objetivo establecer al grupo de enfoque hacia el cual va dirigido el levantamiento de información; entre estos se toma en consideración la segmentación geográfica en la cual se determina el área geográfica o sector en el que se aplicara la investigación. La segmentación demográfica que establece las características fundamentales como edad, género, profesión, entre otros. Cabe indicar que se determina como grupo objetivo a los profesionales odontólogos de la ciudad de Quito registrados en el Colegio de Odontólogos de Pichincha.

GEOGRÁFICA	DEMOGRÁFICA	PSICOGRÁFICA
Provincia: Pichincha Ciudad: D.M. Quito Habitantes D.M. Quito: 1'399.378 Sector Profesionales odontólogos 3914 registrados en el Colegio de Odontólogos de Pichincha	Género: Masculino Femenino Edad: 18 – 65 años Educación : Superior Ocupación: Odontólogos Nacionalidad: Indistinta Estado Civil: Indistinto	Estilo de vida: Indistinto Beneficio del servicio: Mejorar el estilo de vida de sus pacientes y mejorar el desempeño de sus consultorios.

Fuente Colegio de Odontólogos de Pichincha
Elaborado por: El autor

2.1.1 Cálculo del tamaño de la muestra

Para el presente trabajo de investigación en el estudio de mercado, se utilizará las características de la población finita por estar direccionada hacia los profesionales médicos especialistas en odontología, registrados en el Colegio de Odontólogos de Pichincha, conforme lo establecido por los tratadistas en investigación de mercados como Laura Fisher.

La fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Donde:

- n=** tamaño de la muestra necesaria
- Z=** Margen de confiabilidad (expresado en desviaciones estándar).
- P=** Probabilidad de que el evento ocurra (expresado por unidad).
- Q=** Probabilidad de que el evento no ocurra.
- e=** Error de estimación (máximo error permisible por unidad).¹⁶

$$n = 141$$

Se asume para esta investigación un error de estimación de 9% y un nivel de confianza del 95% que representa 1.96 en la distribución normal. De la aplicación de esta fórmula se desprende que se aplicará el instrumento de investigación a 72 unidades muestrales.

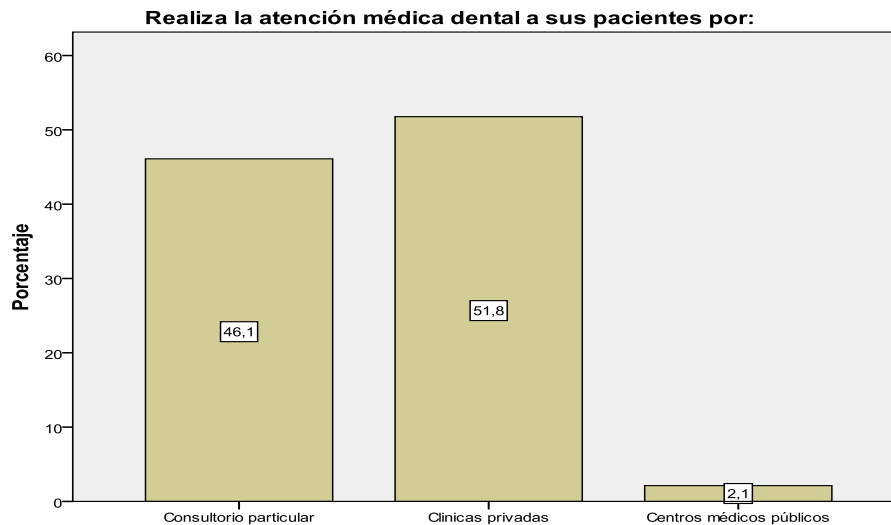
2.2 Análisis de las preguntas

Después de haber aplicado la investigación al grupo objetivo de odontólogos de la ciudad de Quito, se obtiene la siguiente información relevante:

¹⁶ JANY, José Nicolás; Investigación Integral de Mercados, Mc Graw Hill, México edición 2005, pág.128.

PREGUNTA No. 1

Gráfico 2.1: ¿Cómo realiza la atención médica a los pacientes?



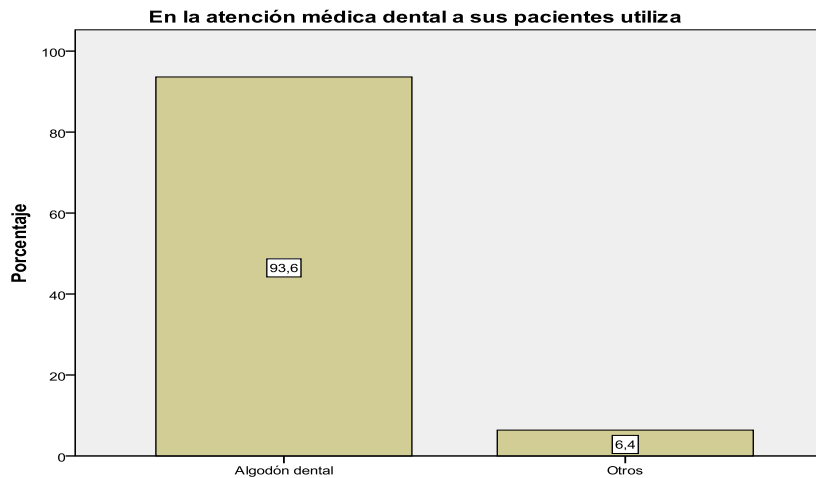
Elaborado por: El Autor

De los 141 médicos dentales encuestados en la investigación arrojaron los siguientes resultados los mismos que son analizados e interpretados: en la primera pregunta, el 46,1% prestan sus servicios profesionales a través de consultorios propios o particulares, que representa 65 profesionales, 73 lo hacen a través de clínicas privadas que corresponde al 50,7% y el 2% que representa a 3 profesionales lo hacen en centros públicos, es decir la mayoría de profesionales se direccionan tanto a clínicas privadas así como a consultorios propios que agrupan al 96,8%,

Considerando a las clínicas privadas como el grupo objetivo que se direcciona el algodón dental y puede adquirirlo directamente sin recurrir a mecanismos como el sistema de compras públicas.

PREGUNTA No. 2

Gráfico 2.2.- ¿Producto que utiliza para la atención dental?

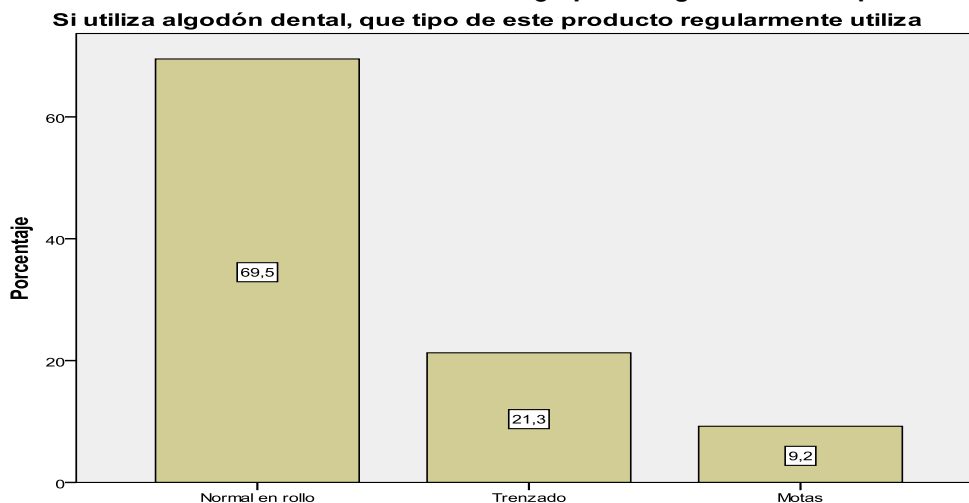


Elaborado por: El Autor

De la investigación realizada, se determinó que el 93,6% de los médicos encuestados utilizan en sus servicios de atención médica algodón dental, el restante 6,45% de médicos utilizan otros elementos como son los succionadores de líquidos para el proceso de intervención dental, sin embargo indican que a pesar de utilizar este tipo de instrumentos deben utilizar en mínima cantidad el algodón que les permite generar un espacio en la cavidad de intervención entre la pieza dental y la cavidad bucal

PREGUNTA No. 3

Gráfico 2.3.- ¿Tipo de algodón dental que utiliza?

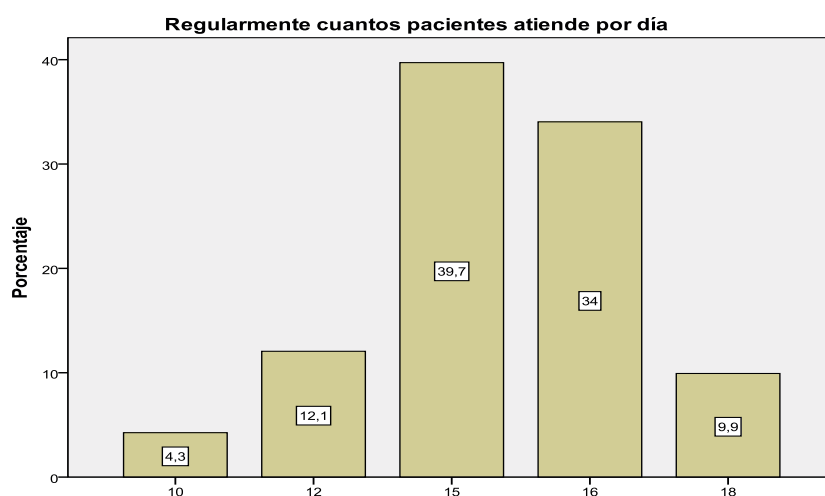


Elaborado por: El Autor

Al ser consultados en cuanto al tipo de algodón que utilizan regularmente en el tratamiento o intervención dental, se determina que el 69,5% de los investigados utilizan algodón dental en rollo, ya sea por ser más económico y que de manera tradicional, en cuanto al uso de algodón trenzado el 21,3% utiliza este tipo de algodón, por las ventajas de absorción al utilizar un apósito en el proceso por pieza dental, el 9,2% de médicos utilizan las motas.

PREGUNTA No. 4

Gráfico 2.4.- ¿Regularmente cuantos pacientes atiende por día?

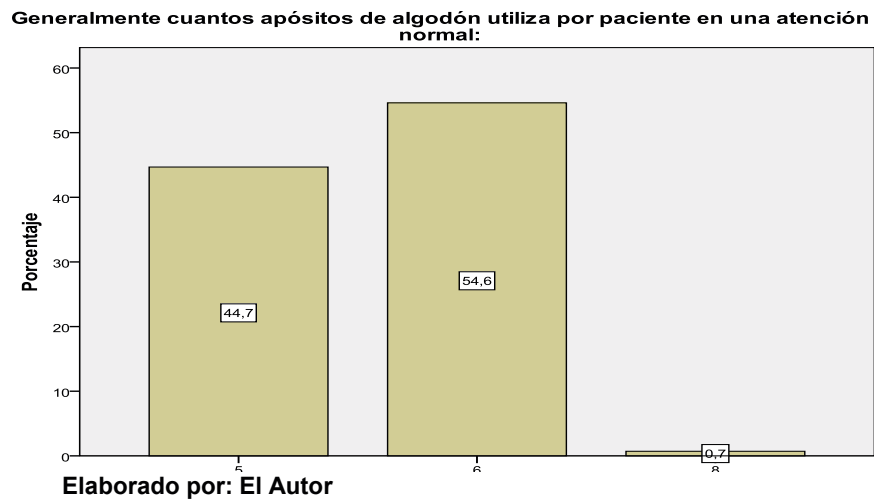


Elaborado por: El Autor

El 39,7% de médicos odontólogos atienden regularmente 15 pacientes por día, considerando bajo información proporcionada por el Colegio de Odontólogos de Pichincha un tiempo promedio de 20 minutos por paciente. El 34% atienden 16 pacientes, en los centros que se atiende un mayor número de pacientes son las clínicas privadas y los centros de atención pública o del Estado.

PREGUNTA No. 5

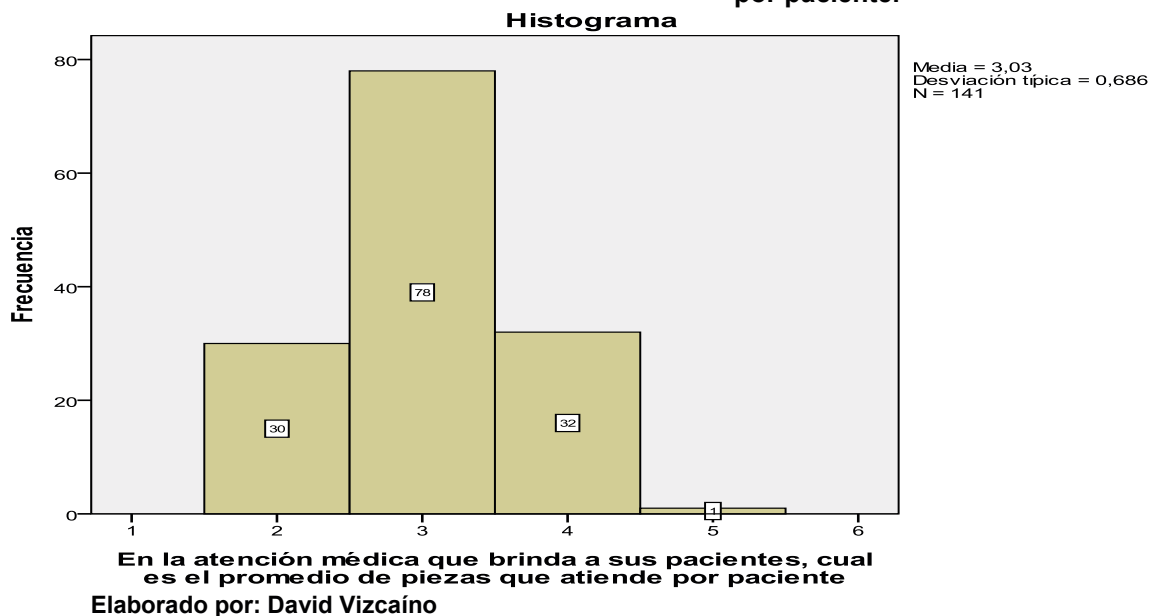
Gráfico 2.5.- Cantidad de Apósitos que utiliza por paciente.



Al ser consultados la cantidad de apósitos que se utilizan regularmente para una atención normal el 54,6% de los médicos indican utilizar 6 apósitos con una estableciendo que aproximadamente se atienden entre 2 a 3 piezas por paciente, el 44,7% utiliza 5 apósitos, esto indican depende muchos del grado de absorción que tenga el algodón y la cantidad de fluido que expulsa el paciente en su cavidad bucal.

PREGUNTA No. 6

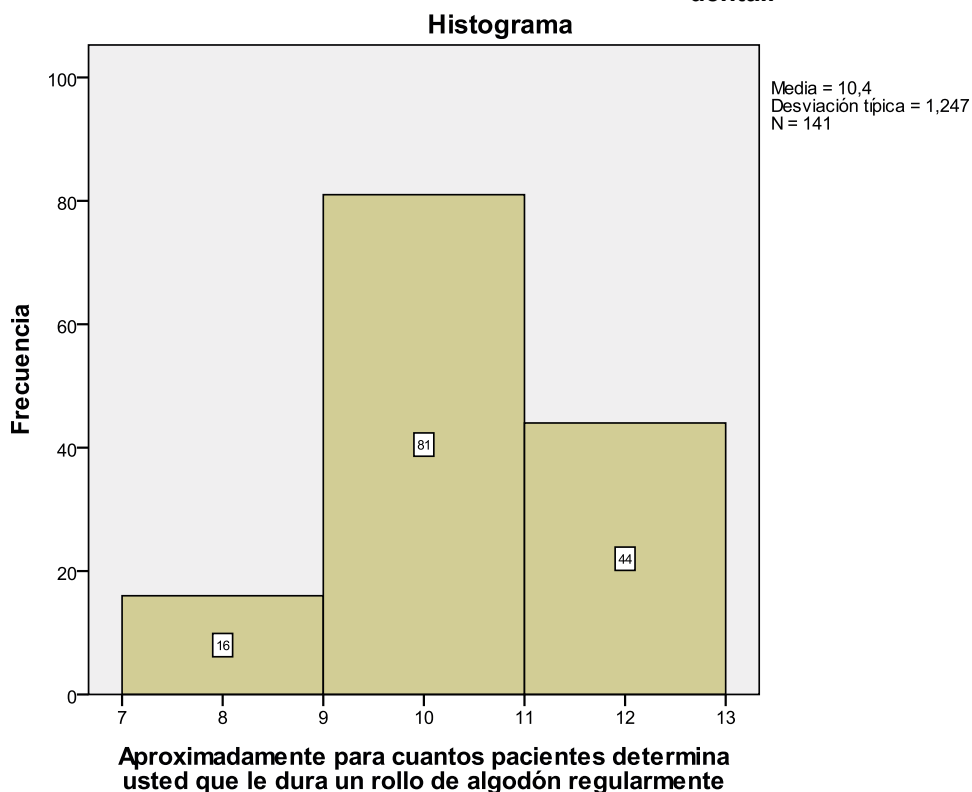
Gráfico 2.6.- Promedio de piezas dentales que atiende por paciente.



De otra parte al ser investigados sobre la cantidad de piezas dentales que se atiende en promedio por paciente en una consulta normal, se determinó que el 55,3% de médicos atienden 3 piezas por paciente, el 22,7% atiende un promedio de 4 piezas dentales y finalmente el 21,3% atiende 2 piezas en promedio, cabe indicar que por criterios médicos, generalmente el paciente llega con una dolencia para atención médica y en este momento se aplica un diagnóstico general para indicar la cantidad de piezas dentales que se encuentran afectadas o pueden estar en riesgo de afectación, posteriormente se inicia el proceso de tratamiento, en otros casos se hacen tratamientos de profilaxis, correcciones, ortodoncias, endodoncias y extracciones que en esos casos por el sangrado abundante que puede presentar el paciente se requiere de un número mayor de apósitos y el tratamiento de otras piezas en mal estado.

PREGUNTA No. 7

Gráfico 2.7.- Durabilidad del rollo de algodón dental.

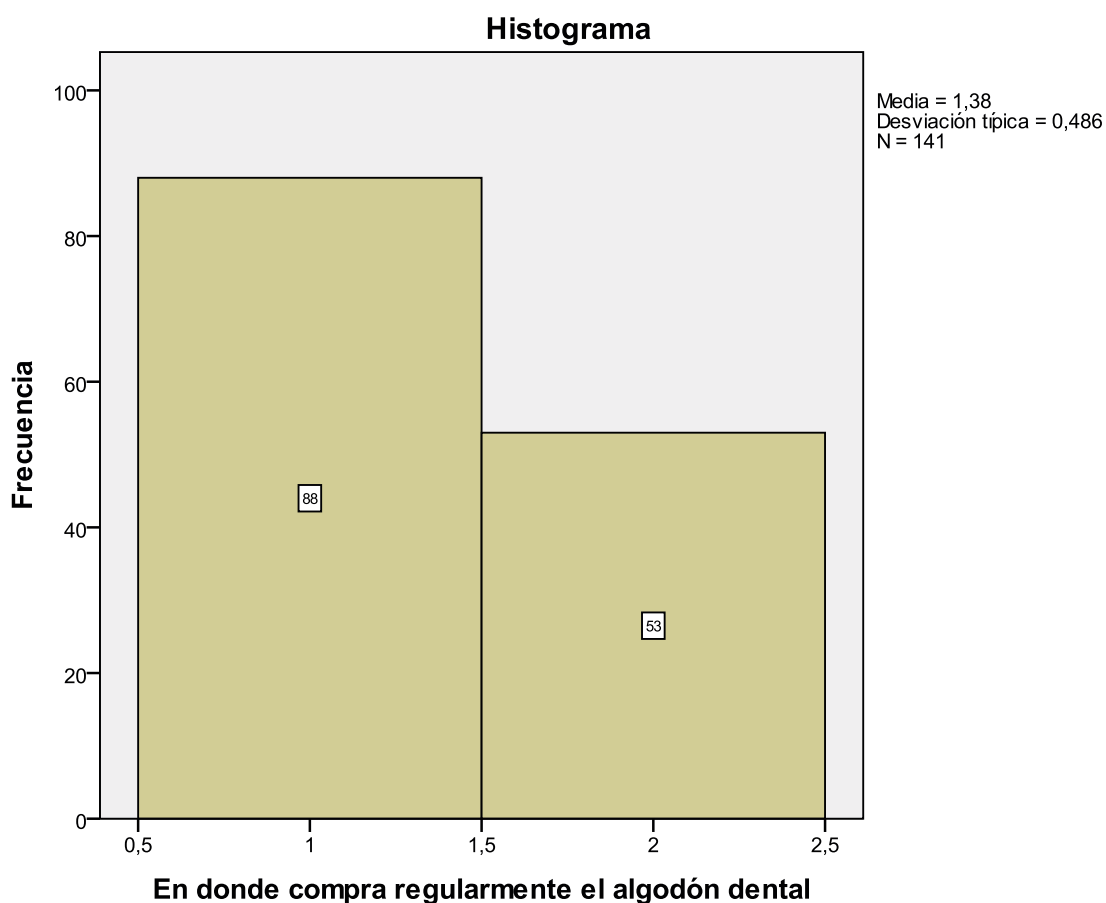


Elaborado por: El Autor

Al ser consultados cuantos pacientes cubre el uso de un rollo de algodón la investigación arroja que el 57,4% de médicos consideran que utilizan un rollo para 10 pacientes, entre tanto el 31,3% utiliza para un promedio de 12 pacientes por rollo, indican que esto depende el grado de complejidad de los pacientes.

PREGUNTA No. 8

Gráfico 2.8.- ¿Dónde compra regularmente el algodón dental?



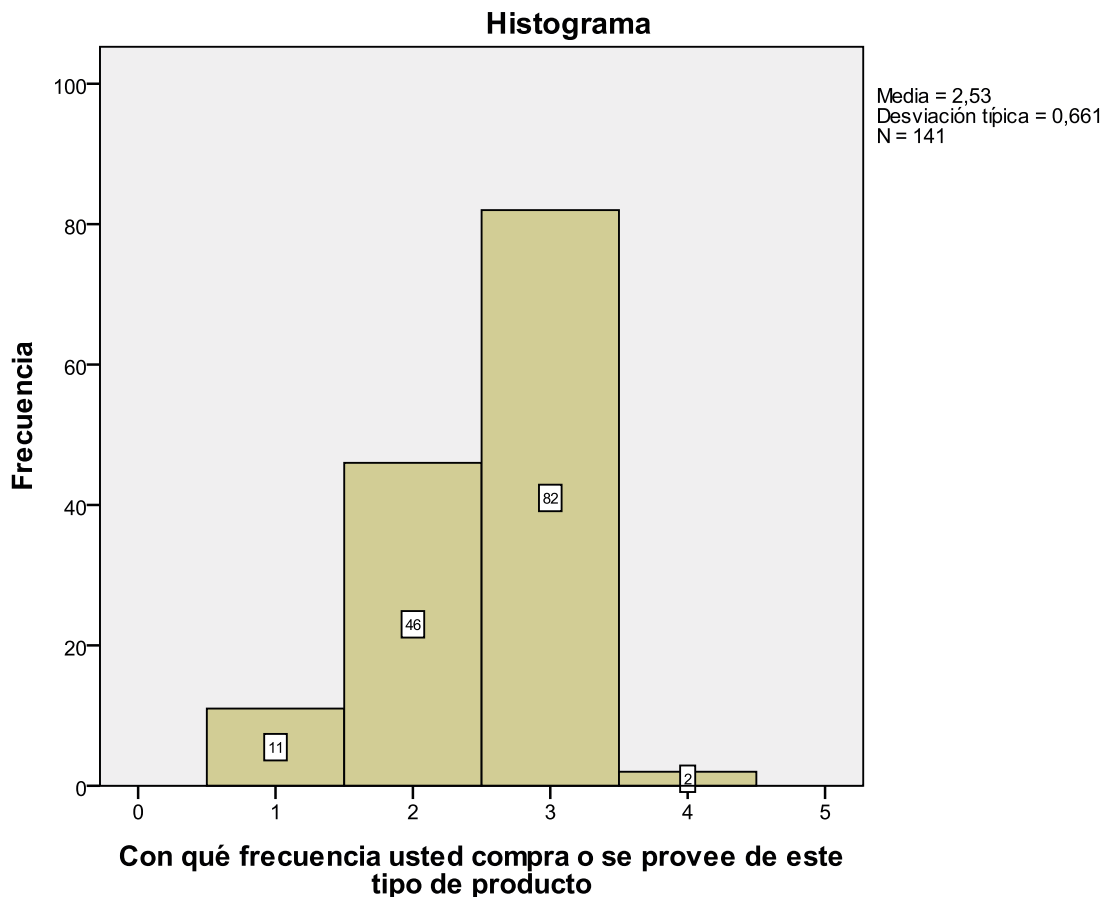
Elaborado por: El Autor

En lo que respecta a determinar los sitios en los cuales los médicos se proveen habitualmente de este tipo de productos, 62,4% de médicos lo compran directamente de los almacenes dentales y el 37,6% lo hacen a través de visitantes médicos, considerando que la mayor cantidad de médicos investigados se encuentran prestando sus servicios ya sea a través de sus

propios consultorios o por medio de clínicas particulares, en cuanto a los centros de atención pública estos lo realizan a través del Instituto de Compras Públicas.

PREGUNTA No. 9

Grafico 2.9.- Frecuencia de compra del algodón dental



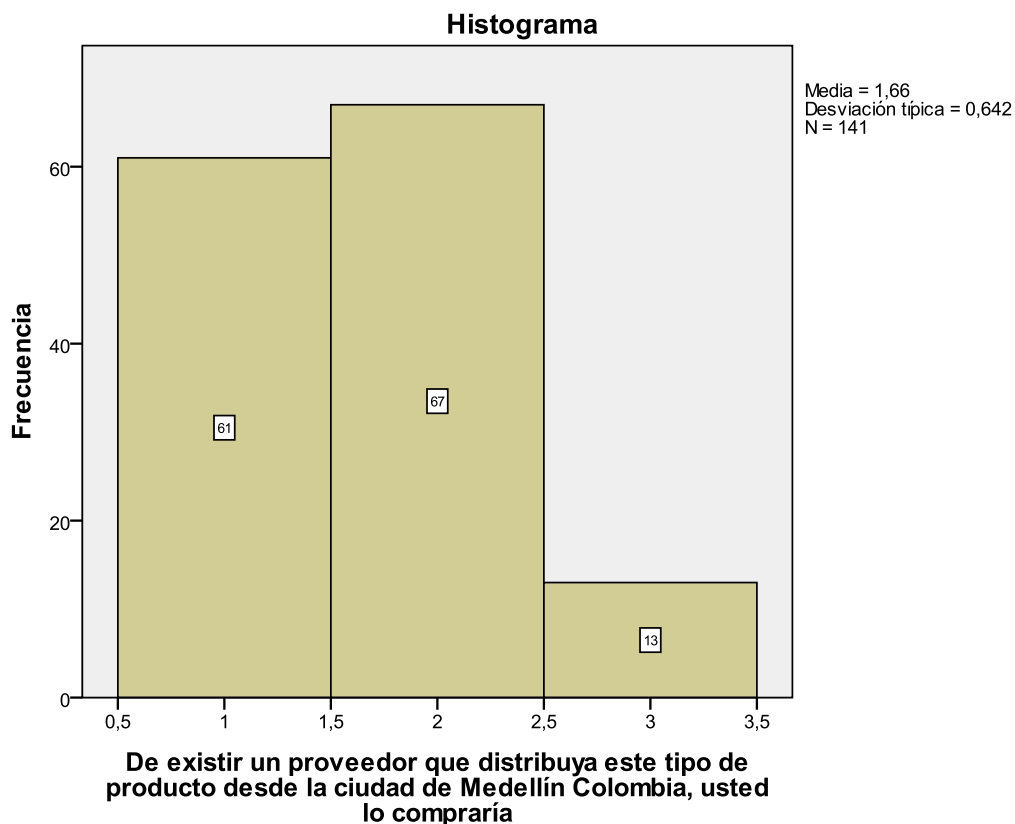
Elaborado por: El Autor

En lo que respecta a la frecuencia de compra de algodón por parte de los médicos odontólogos, 58,2% lo hacen con una frecuencia mensual y el 32,65% lo hacen quincenalmente, mucho depende del flujo de pacientes que se tenga en los consultorios y en determinadas temporadas, como son los meses previos a ingresos a clases regulares, debido a las exigencias de determinados centros educativos que exigen como requisito el cumplimiento del chequeo

dental, de acuerdo a comentarios de los médicos a quienes se direccionó la investigación.

PREGUNTA No. 10

Gráfico 2.10.- Intención de compra de un nuevo proveedor en el mercado de Quito



Elaborado por: El Autor

Al consultárseles la intención de compra de existir un proveedor de algodón desde la ciudad de Medellín, el 47,5% determina que definitivamente si lo harían o lo adquirirían, por conocer la calidad del producto o del algodón colombiano, por la absorción que este tiene, la solidez al no desprender ningún tipo de pelusa que puede perjudicar a la salud del paciente, finalmente el 43,3% indica que probablemente si lo haría, considerando que en este momento se encuentran utilizando

algodón importado desde China que les ha brindado buenas condiciones de trabajo.

2.3 La demanda potencial

Para calcular la demanda potencial de algodón dental importado desde la ciudad de Medellín, se consideró las preguntas más relevantes como son: la pregunta 10 en cuanto a la intención de compra que definitivamente si (43,3% y probablemente 47,5%), arroja un 90,8%; se tomó en cuenta la frecuencia de compra y la cantidad promedio de pacientes que se atienden por médico en un tiempo normal de trabajo; es decir, con una jornada de 8 horas de trabajo, sin considerar que muchos de los médicos atienden en dos lugares distintos ya sea en sus propios consultorios y en centros públicos o clínicas; y, finalmente se consideró un uso aproximado de 6 apósitos por paciente en promedio.

Para confrontar este requerimiento frente a la población de la ciudad de Quito, se establece que para el 2010, la población del distrito fue de 2'213.820 habitantes, por información entregada por el Colegio de Odontólogos de Pichincha, se determina que aproximadamente el grupo que acude a los servicios médicos de manera regular es desde los 5 años de edad hasta los 64 años, como se presenta en los cuadros siguientes:

Tabla 2.1: Cálculo de demanda potencial de algodón dental trenzado

		CALCULO DE DEMANDA ALGODÓN DENTAL TRENZADO					
		SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	TRIMESTRAL	OCASIONAL	TOTAL
	1.695	7,80%	32,60%	58,20%	1,40%	0,00%	
DEFINITIVAMENTE SI	43,30%	132	552	986	24	-	1.695
		52	24	12	4	1,00	
	16	6.874	13.260	11.836	95	-	32.065
	PACIENTES	109.983	212.157	189.379	1.519	-	513.038
	APOSITOS	659.900	1.272.943	1.136.277	9.111	-	3.078.230
	1859	7,80%	32,60%	58,20%	1,40%	0,00%	
PROBABLEMENTE	47,50%	145	606	1.082	26	-	1.860
		7.541	14.546	12.984	104	-	35.175
	PACIENTES	120.651	232.736	207.749	1.666	-	562.802
	APOSITOS	723.908	1.396.415	1.246.493	9.995	-	3.376.811
							6.455.041

6.455

Elaborado por: El Autor

Al calcular la demanda potencial de algodón tomando en consideración el trenzado frente a la cantidad de pacientes que se atenderían en el transcurso de un año, se establece que se tendría 1,075.840 pacientes que se atiendan, con un promedio de consumo de 6 apósitos por paciente con un total de 6.455.041, apósitos durante el año en promedio, este tipo de algodón se envía directamente desde el proveedor o productor en la ciudad de Medellín en caja de 500 a 1000 unidades lo que implica que se requerirían aproximadamente 6455 paquetes de 1000 unidades.

2.4 La demanda objetivo

Tomando en cuenta la población de la ciudad de Quito y con la frecuencia de atención de una vez por año como parámetro mínimo se obtiene que la demanda de este tipo de producto superara los 11.183.308 apósitos, como se muestra en la tabla siguiente:

Tabla No. 2.2: Cálculo de la Demanda Objetivo

DESCRIPCION	D.M.Q.			
	Total	% (porcentaje)	Hombres	Mujeres
5 a 9	182.749	9,9	92.599	90.150
10 a 14	180.659	9,8	90.862	89.797
15 a 19	187.794	10,2	91.923	95.871
20 a 24	194.744	10,6	94.640	100.104
25 a 29	161.372	8,8	77.225	84.147
30 a 34	143.806	7,8	69.217	74.589
35 a 39	129.788	7,0	60.960	68.828
40 a 44	113.553	6,2	54.099	59.454
45 a 49	88.561	4,8	42.117	46.444
50 a 54	73.275	4,0	35.030	38.245
55 a 59	52.411	2,8	24.936	27.475
60 a 64	42.295	2,3	19.686	22.609

Fuente: Estadísticas del Distrito Metropolitano de Quito
Elaborado por: El autor

POBLACION DMQ 2010		2.213.820,00
84% DEL GRUPO OBJETIVO	0,84193147	1.863.885
PROMEDIO DE APOSITOS POR PACIENTE		6
CANTIDAD DE APOSITOS		11.183.308

Elaborado por: El Autor

De aquí se desprende que se puede generar dos pedidos por año para la importación de este tipo de algodón dental trenzado a fin de cubrir toda la demanda del mercado que implica la totalidad de la población con una atención al año. Para cubrir la demanda potencial extraída de la investigación directa se puede requerir un pedido de 128 cajas master con 50 cajas o paquetes de 1000 unidades con un total de 6400 paquetes por embarque.

2.5 Análisis comparativo del mercado

2.5.1 Cinco fuerzas de Porter

Esta metodología desarrollada por Michael Porter, es una herramienta reveladora de la estrategia de una Unidad de Negocio utilizada para hacer un análisis de la atractividad (valor) de una estructura de la industria. El análisis de las fuerzas competitivas se logra por la identificación de 5 fuerzas competitivas fundamentales.¹⁷

Amenaza de Nuevos Ingresantes o Competidores.

En cuanto a existir amenaza para el ingreso de nuevos participantes en el mercado de importación de productos específicamente del algodón dental, no es muy marcada esta amenaza por las barreras de entrada, salvo el requerimiento por parte de la Corporación Aduanera Ecuatoriana para constituirse en importador que serían los requerimientos legales, como son la obtención de RUC que habilite para ejercer la actividad de importación, además

¹⁷ [http://www.12manage.com/methods_porter_five_forces_es.html\(27-06-09\)](http://www.12manage.com/methods_porter_five_forces_es.html(27-06-09))

de contar con el respectivo permiso por parte del Ministerio de Salud Pública como es el Registro Sanitario.

Como una barrera en este sentido se tendría las condiciones de importación que imponen los productores o fabricantes como se pudo determinar de la proforma enviada por NEW STETIC, el despacho mínimo que hacen es de 128 cajas con un contenido de 50 paquetes por caja lo que genera una inversión en valor FOB de 22.080 dólares que se deberían cargar fletes, seguros y desaduanización, además de los impuestos correspondientes, lo que se constituiría en una barrera para el ingreso de nuevos participantes en el mercado.

Amenaza de productos sustitutos

No se han detectado productos sustitutos que reemplacen plenamente al algodón dental, el único que podría sustituir de una manera ineficiente es el algodón absorbente, sin embargo su grado de sustitución genera complicaciones tanto en el manejo del producto por parte del profesional odontólogo así como para el paciente tomando en cuenta su nivel de desprendimiento que ocasiona contaminación y residuos en los flujos salivares. En cuanto a los sustitutos de este producto se puede identificar a los succionadores de fluidos; sin embargo no permiten generar espacios con las piezas dentales y las cavidades bucales, el costo de este tipo de herramientas es mucho más alto.

Poder de negociación con los proveedores

El poder de negociación con los proveedores es bajo, considerando que ellos son los que establecen los precios y las condiciones de pago y entrega, como se pudo constatar de los requerimientos establecidos por NEW STETIC, que el pago debe ser por anticipado y se deben cubrir los costos de embarque, entre otros, generalmente esto ocurre con los proveedores internacionales, se logrará un acuerdo con los proveedores conforme el grado de relación y continuidad en el proceso de negociación que se mantenga así como los volúmenes de compra que se mantenga en el futuro.

Poder de negociación de los clientes

El poder de negociación con los clientes debe identificarse en las siguientes líneas:

1.- Con el cliente directo o profesional odontólogo, quien realiza la compra directamente en los centros de expendio o almacenes dentales, este cliente tiene un nivel muy bajo de poder de negociación ya que generalmente debe asumir el valor que se encuentra en el establecimiento y por ende su alternativa es la búsqueda de un proveedor que le entregue el producto a un menor precio.

2.- El Profesional odontólogo que recibe la visita de la fuerza de ventas de los almacenes distribuidores, que puede gozar de un nivel superior de negociación al establecer o acoger políticas de pago o negociación en plazos de pago por parte de la fuerza de ventas o visitadores médicos ya sea por la fidelidad como cliente o por los montos de compra.

3.- Finalmente los centros de atención públicos realizan sus adquisiciones a través del INCOP, por consiguiente la presentación de ofertas y licitaciones se sujetan a condiciones tanto de precios y formas de entrega así como condiciones de pago, por ende este sector tiene un mayor poder de negociación frente a los proveedores que son los importadores.

2.6 Precio del producto

En el análisis del precio se han tomado en cuenta los valores FOB y CIF del algodón hidrófilo de los países más representativos para la importación hacia el Ecuador, además se tomaron en cuenta los precios referenciales que se pagan en el mercado de la ciudad de Quito, y finalmente se tomó una muestra de la cotización a un proveedor de este tipo de algodón dental del país de origen Colombia.

En lo que respecta al precio por país en cuanto a toneladas métricas, se toma como referencia los valores de acuerdo al precio CIF que registra el Banco Central del Ecuador en el período comprendido entre 2005 a 2010, los países

más representativos son Colombia, España, México entre otros, conforme se lo muestra en la tabla para importaciones de la partida arancelaria 3005.90.10 que corresponde a algodón hidrófilo.

Tabla No.2.3: Importaciones de algodón hidrófilo 2005 – 2010 en Toneladas Métricas

PAIS DE ORIGEN	2005	2006	2007	2008	2009	2010
BRASIL	16,37	22,87	2,95	2,32	0,00	0,00
COLOMBIA	28,97	43,09	57,44	71,38	38,99	60,20
PERU	21,36	26,66	20,60	11,75	15,55	14,87
ESPAÑA	14,44	13,95	12,08	6,24	8,87	2,15
CHINA	5,04	0,57	0,46	0,00	0,00	0,00
REINO UNIDO	1,21	0,32	0,45	0,78	0,00	0,00
ESTADOS UNIDOS	4,32	4,11	3,09	0,16	0,30	0,21
BELGICA	0,25	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALEMANIA	0,11	0,08	0,05	0,09	0,08	0,17
CHILE	0,60	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PANAMA	1,10	0,09	0,19	0,06	0,00	0,00
IRLANDA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,72
MEXICO	0,00	0,48	7,90	27,54	24,94	43,96
VENEZUELA	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,00
ITALIA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
HOLANDA	0,00	0,00	0,00	0,00	26,41	23,74
TOTAL	93,77	112,23	105,21	120,32	115,14	146,02
CRECIMIENTO DE IMPORTACIONES		19,69%	-6,26%	14,36%	-4,31%	21,36%

FUENTE: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: El Autor

Como se observa en la tabla las importaciones de algodón hidrófilo hacia el Ecuador, se han incrementado gradualmente desde el año 2005 hasta el cierre del 2010, con un total de 146.02 Toneladas Métricas; sin embargo debe observarse que el comportamiento de las importaciones para el 2007 decrecieron frente al año anterior y para el 2010 se generó un crecimiento del 21.36%, demostrando un mercado en franco desarrollo.

En cuanto a los países de origen de las importaciones de algodón hidrófilo para el Ecuador, los más significativos son Colombia, México y Perú. De la información investigada se identifica que Colombia es el más grande exportador hacia el país cerrando para el 2010, con 60.20 toneladas métricas de este producto, seguido de México con 43.96 y Perú con 14.87 toneladas.

No se puede descuidar el comportamiento de estos países de origen, tomando en cuenta que la participación de Brasil se ha ido reduciendo al igual que España, tomando en cuenta que para el 2005 la importación desde el Brasil se registra en 16.37 toneladas, para el 2008, esta se reducen a 2.32 toneladas métricas con una disminución de aproximadamente 14.07 toneladas y para el 2010 el registro del Banco Central desde este país de origen es de 0, en lo que a España se refiere para el 2005 la importación se registro en 14.44 toneladas métricas cerrando para el 2010 en 2.15, con una disminución de cerca de 12 toneladas métricas, esto de acuerdo a criterio de expertos de Funalgodón por la cercanía de los países como Colombia, Perú y los niveles competitivos de este producto desde México, tanto por calidad al igual que precios y condiciones en las negociaciones , de la misma forma, no se debe descuidar el comportamiento de México que si bien es cierto en lo que va de los años 2005 al 2007, su participación fue sumamente baja, no así entre el 2008 al 2010 que miró incrementarse su nivel de participación de 27.54 toneladas métricas para el 2008 a 43.96 en el 2010 con un crecimiento de 16.42 toneladas métricas. Debe considerarse a México como un competidor sumamente agresivo en lo que respecta a este tipo de algodón en el mercado, como se pudo detectar en la investigación con respecto a la cantidad del producto que el país importa que es de 146.02 toneladas métricas para el año 2010 ya que su participación es del 30% del total de importaciones..

En lo que respecta al precio específicamente del producto en el mercado de la ciudad de Quito, se identifica que en los centros de expendio de este tipo de materiales odontológicos como son los almacenes dentales este se lo ha clasificado en dos tipos: el algodón dental normal que mantiene niveles de

absorción común; es decir, el tratamiento es totalmente natural con un cuidado en el desprendimiento del producto en el proceso de curación o tratamiento dental, y finalmente el algodón trenzado que es un tipo de producto completamente distinto para el proceso curativo y de beneficios para el profesional odontólogo.

Con una muestra exploratoria realizada a los almacenes de expendio de este tipo de productos, se logró determinar:

Tabla No. 2.4: Precio referencial de algodón dental en quito

ALMACEN DENTAL	DIRECCION	TELEFONO	ALGODÓN NORMAL ECUATORIANO	ALGODÓN NORMAL COLOMBIA	ALGODÓN TRENZADO
Dental Altamirano	VERSALLES N21-137 Y AV.PEREZ GUERRERO	2549967	\$ 3,40	\$4,50	\$ 8,75
Dental Cerda A.cia.ltda	AV.PEREZ GUERRERO OE3-47 Y VERSALLES	2527807	\$3,60	\$4,60	\$ 8,30
Dentalecsa	SAN GREGORIO OE2-02 Y JUAN MURILLO, ESQ	2631702	\$ 3,60	\$ 4,40	\$ 8,60
Dentales Pablo Hermán S.a	VERSALLES N21-276 Y SAN GREGORIO	2550608	\$ 3,50	\$ 4,50	\$ 8,80
Subia Importadores	GASPAR DE CARVAJAL Y N27-155 Y SELVA ALEGRE	2504595		\$ 4,55	\$ 9,20
Discovery Medic Dental	PÉREZ GUERRERO 445 Y VERSALLES	3216715	\$ 3,80	\$ 4,45	\$ 8,80
Dyadent Cía. Ltda	Av.de la Prensa 3129 y Gonzalo Gallo	2248367	\$ 3,60	\$ 4,60	\$ 8,90
PRECIO PROMEDIO			\$ 3,58	\$ 4,51	\$ 8,76

Fuente: Investigación Exploratoria a almacenes dentales en Quito en el Mes de Mayo.

Elaborado por: El Autor

Como se observa y durante el proceso de sondeo de precios en algunos de los almacenes dentales en que se encuentra concentrado la mayor oferta de estos productos, se identificaron aquellos que se sitúan en los alrededores de la Facultad de Odontología de la Universidad Central, que tienen una zona de influencia entre los sectores de las avenidas Pérez Guerrero, Versalles y se tomó adicionalmente otros sectores como la Avenida de la Prensa. El precio establecido para el producto conocido como algodón normal de procedencia ecuatoriano que se lo distribuye en bajas cantidades es de 3.58 dólares más

IVA, para el algodón normal colombiano el precio promedio es de 4.51 dólares más IVA; y por apreciaciones de los despachadores de estos locales de expendió es el tipo de algodón que más se lo comercializa a pesar de tener una diferencia de aproximadamente un dólar con relación al otro tipo de algodón; y, finalmente el algodón trenzado tiene un precio promedio en el mercado de 8.76 dólares más IVA, de la misma forma por apreciaciones de los mismos distribuidores es un producto que se encuentra en un franco posicionamiento en el mercado, toda vez que los centros de cuidado dental, así como los de estética dental han iniciado un proceso progresivo de demanda por las bondades que le brinda el producto en cuanto a absorción y calidad del trabajo del profesional odontólogo.

Finalmente para consolidar el presente análisis se solicitó por parte de NEW STETIC una proforma de algodón dental, la misma que se muestra en los anexos.

Como se observa el precio FOB, de este producto es de 3.45 dólares por paquete, lo que implica que sumados los costos de flete, seguros y cargados los respectivos impuestos aproximadamente alcanzan un precio de 6.20 dólares por paquete.

2.7 Proceso de importación

Al hablar de importaciones, debe hacerse referencia a todas aquellas mercaderías o productos que ingresan al país provenientes del extranjero o de un país de origen distinto al nuestro, siguiendo un proceso de nacionalización o internación en el territorio nacional, para que después puedan ser puestas a disposición del público: clientes, usuarios o consumidores.¹⁸

Para el desarrollo de todo este proceso, se debe iniciar analizando los requisitos previos exigidos tanto por la ley al igual que los organismos encargados del proceso de importación, que son aquellas formalidades que las

¹⁸ RGX.- Red Global de Exportación, ¿Cómo Hacer un negocio de importación?, www.rgxonline.com publicación 2010,

personas naturales o jurídicas deben cumplir para llevar a cabo una importación dentro del marco legal de nuestro país:

Registro de Importación.- Este constituye un requisito previo para cualquier trámite de importación, y consiste en que toda persona natural o jurídica debe tener un RUC (Registro Único de Contribuyentes), constar en estado activo como para emitir comprobantes de venta, debidamente autorizados por el Servicio de Rentas Internas SRI.

- Tener No. RUC, que esté habilitado por el SRI.
- Los importadores y exportadores deberán consignar sus datos en la “Tarjeta de Identificación”.
- Importador-Exportador”, proporcionada por el BCE y los bancos corresponsales y ser presentada en el banco en el que el cliente disponga de una cuenta corriente o de ahorros.
- Para el ingreso en el sistema de Comercio Exterior, los bancos corresponsales solicitarán documentos personales adicionales, según sus políticas de gestión.
- Cabe mencionar que el trámite de registro de importador – exportador se realiza por una sola vez.

Tabla No. 2.5: Detalle Partida Arancelaria Algodón Dental

Sección VI	Productos de las Industrias Químicas Conexas
Capítulo 30	Productos Farmacéuticos
Partida Sist. Armonizado 3005	Guatas, gasas, vendas y artículos análogos (por ejemplo: apósitos, esparadrapos, sinapismos), impregnados o recubiertos de sustancias farmacéuticas o acondicionados para la venta al por menor con fines médicos quirúrgicos, odontológicos o veterinarios
Sub partida Sist. Armonizado 300590	Los demás
Sub partida regional 30059010	Algodón Hidrófilo
Código producto comunitario	(ARIAN) 3005901000-0000
Código Producto Nacional	(TNAN) 3005901000-0000-0000

Fuente: CAE ECUADOR (www.cae.gob.ec)

Elaborado por: El Autor

Otros requisitos indispensables.- En caso de que el importador traiga diferentes productos que requieran de un permiso y un registro de acuerdo al tipo de bien que importan, es necesario registrarse en otras instituciones como:

- El MINSALUD, Ministerio de Salud, que para realizar todo tipo de importación de bienes que tengan que ver con medicamentos y dispositivos médicos y cosméticos debe inscribirse a estos productos en un registro sanitario, productos que individualmente deben tener sus registros autorizados y de acuerdo a los requerimientos exigidos por este ministerio como es el caso del algodón hidrófilo como se lo presenta en el trámite correspondiente

Tabla No. 2.6: Partida Arancelaria Algodón Hidrófilo

Partida	Descripción	Producto	Autorizante	Tipo	Vigencia de Restricción	País	Régimen
3005901000-0000-0000	ALGODÓN HIDRÓFILO	TODOS	MINISTERIO DE SALUD R PUBLICA		19/04/2007 - 31/12/3000		IMPO

Fuente CAE Ecuador (www.cae.gob.ec)

Elaborado por: El Autor

Tabla No.2.7: Detalle de Gravámenes a la Importación de Algodón**Hidrófilo**

Código de Producto (TNAN)	0000
Antidumping	0 %
Advalorem	15 %
FDI	0.5 %
ICE	0 %
IVA	12 %
Salvaguardia por Porcentaje	0 %
Salvaguardia por Valor	

Fuente CAE Ecuador (www.cae.gob.ec)

Elaborado por: El Autor

Declaración Aduanera y Desaduanización de las Mercaderías.

En esta etapa del proceso de importación, se analiza el momento en el que las mercaderías llegan al puerto de destino, en el cual tienen que ser correctamente desaduanizadas, cumpliendo con todos los requerimientos de la ley, así, cumpliendo primero con la declaración de las mercaderías que están llegando, tener en orden la documentación solicitada en la aduana para proceder con su tramitación, y así proceder al Aforo, y además la intervención necesaria de un agente de aduanas de la siguiente manera:

Declaración Aduanera.- El propietario de las mercaderías, de manera personal o mediante un agente de aduanas deberá presentar el formulario que le corresponda para declarar todas las mercaderías que provienen del extranjero

de acuerdo a lo dispuesto en nuestro régimen aduanero, durante los 7 días hasta los 15 días hábiles después del arribo de la mercadería. Para todo este proceso, el importador necesitara presentar los documentos que se señalan a continuación:

- Conocimiento de embarque o guía aérea.
- Factura comercial.
- Póliza de seguros.
- Certificado de Origen.
- Aquellos exigibles por el COMEXI, Consejo de Comercio Exterior e Inversiones.

Una vez en orden todos estos documentos y requisitos, se presenta la declaración en la Aduana, dicho distrito aduanero se encargara de verificar la veracidad de la información que se encuentra en dicho formulario y además los documentos que se acompañan al mismo, los antes mencionados, para garantizar el cumplimiento de todas estas formalidades; después de esto, si no se realiza ningún tipo de observación a los documentos presentados, se da aceptación a la declaración, dejando constancia de su fecha y otorgándole un numero o código que la identifique para dar paso a la siguiente parte del procedimiento de desaduanización.

CAPITULO III

3 Estrategias de Mercado para la introducción y comercialización del algodón dental en el mercado del Distrito Metropolitano de Quito

3.1 MATRIZ FODA

FODA es un instrumento de evaluación estratégica que permite identificar las fortalezas y debilidades como variables internas que pueden ser controladas por la empresa; las oportunidades y amenazas como variables externas las mismas que se escapan del control pero pueden ser tomadas en consideración para efectos de decisión.

Tabla 3.1.- MATRIZ EFE

Factores Externos	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento del mercado odontológico por el cuidado de la salud tanto preventiva como correctiva de la población. 2. Tendencias del mercado hacia el consumo de productos biodegradables y que contribuyan al cuidado del ambiente 3. Incentivos del Estado para la prevención y cuidado de la salud de la población a través de planes y programas desarrollados a través de los 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crisis económica mundial, provocando incremento de los precios del algodón a nivel mundial. 2. Empresas competidoras importadoras con estabilidad y experiencia en el mercado de la ciudad. 3. Escaso interés del sector médico de enfoque, para invertir en un nuevo producto distinto al tradicional

<p>distintos ministerios e instituciones.</p> <p>4. Cambio de los sistemas de adquisición y contratación pública.</p>	<p>4. Efecto de la inflación del producto colombiano sobre los costos sumado a la carga impositiva por aranceles.</p>
---	---

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

Tabla 3.2.- MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (EFE).

Factores Determinantes del éxito	Peso	Calificación	Total Ponderado
Oportunidades			
1. Crecimiento del mercado odontológico por el cuidado de la salud tanto preventiva como correctiva de la población	0.18	4	0.72
2. Tendencias del mercado hacia el consumo de productos biodegradables y que contribuyan al cuidado del ambiente	0.15	3	0.45
3. Incentivos del Estado para la prevención y cuidado de la salud de la población a través de planes y programas desarrollados a través de los distintos ministerios e instituciones.	0.10	3	0.30
4. Cambio de los sistemas de adquisición y contratación pública.	0.14	3	0.42
Amenazas			
1. Crisis económica mundial, provocando incremento de los			

precios del algodón a nivel mundial.	0.10	2	0.20
2. Empresas competidoras importadoras con estabilidad y experiencia en el mercado de la ciudad.	0.13	1	0.13
3. Escaso interés del sector médico de enfoque, para invertir en un nuevo producto distinto al tradicional	0.10	2	0.20
4. Efecto de la inflación del producto colombiano sobre los costos sumado a la carga impositiva por aranceles.	0.10	2	0.20
TOTAL...	1		2.62
Valores de Calificación:			
Debilidad Mayor	1		
Debilidad Menor	2		
Fuerza Menor	3		
Fuerza Mayor	4		

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El Autor

Interpretación

La matriz EFE indica que el proyecto se encuentra en una posición favorable, puesto que se encuentra sobre la media es decir con 2,62 puntos, las oportunidades son mayores que las amenazas, por ende exigir productos de excelente calidad, ha producido cambios en las preferencias y exigencias de los usuarios.

Así también las amenazas de mayor peso son las empresas competidoras, mismas que cuentan con estabilidad y experiencia dada el tiempo y posicionamiento en el mercado, sumado a la crisis económica mundial provocada por los efectos o desastres naturales de último momento.

**Representación gráfica de los Factores Determinantes de la Matriz EFE
con su total ponderado**

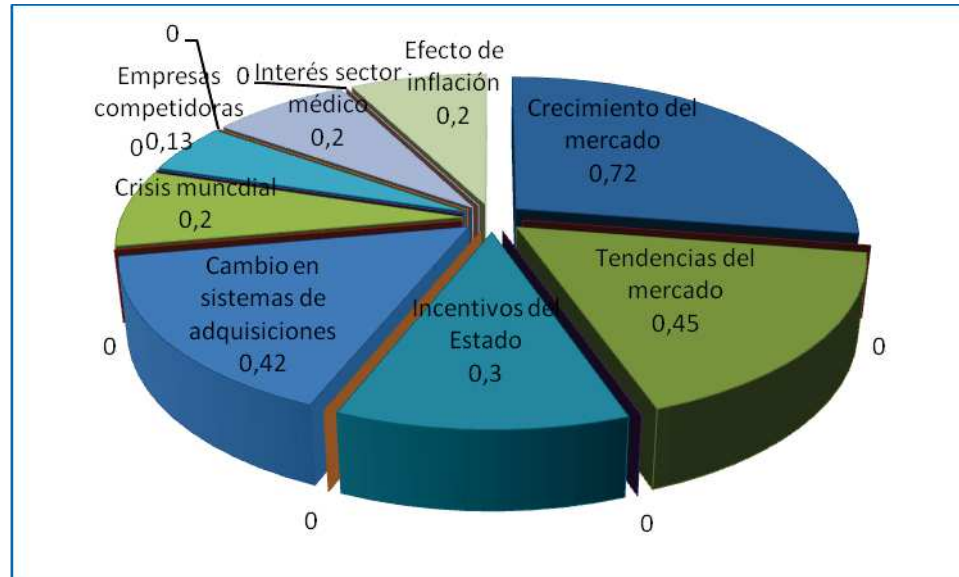
Tabla 3.3.- PONDERACION MATRIZ EFE

FACTOR DETERMINANTE	TOTAL PONDERADO
Crecimiento del mercado odontológico por el cuidado de la salud tanto preventiva como correctiva de la población	0,72
Tendencias del mercado hacia el consumo de productos biodegradables y que contribuyan al cuidado del ambiente	0,45
Incentivos del Estado para la prevención y cuidado de la salud de la población a través de planes y programas desarrollados a través de los distintos ministerios e instituciones	0,30
Cambio de los sistemas de adquisición y contratación pública	0,42
Crisis económica mundial, provocando incremento de los precios del algodón a nivel mundial	0,20
Empresas competidoras importadoras con estabilidad y experiencia en el mercado de la ciudad	0,13
Escaso interés del sector médico de enfoque, para invertir en un nuevo producto distinto al tradicional	0,20
Efecto de la inflación del producto colombiano sobre los costos sumado a la carga impositiva por aranceles	0,20

Fuente: Matriz EFE

Elaborado por: El Autor

Cuadro No. 3 Ponderación Matriz EFE

Gráfico 3.1: Factores determinantes externos

Fuente: Matriz EFE
Elaborado por: El Autor

Como principales fortalezas y debilidades se pueden identificar:

Tabla 3.4. MATRIZ EFI

Factores Internos	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento administrativo y de importación por parte de los gestores de la idea de negocio. 2. Disponibilidad de tiempo y compromiso para desarrollar el proceso de importación 3. Experiencia en la comercialización de productos e insumos médicos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Insuficiencia de capital para iniciar el proyecto de importación de algodón. 2. No contar con el apoyo de socios financistas 3. Falta del espacio físico para almacenamiento del producto 4. Pocas relaciones públicas

<p>4. Enlace directo con los productos y exportadores colombianos</p>	<p>para ingresar en el sistema de proveedores del sector público</p>
---	--

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor

Tabla 3.5.- MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (EFI)

Factores Críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total Ponderado
Fortalezas			
1. Conocimiento administrativo y de importación por parte de los gestores de la idea de negocio.	0.12	3	0.36
2. Disponibilidad de tiempo y compromiso para desarrollar el proceso de importación.	0.10	4	0.40
3. Experiencia en la comercialización de productos e insumos médicos.	0.10	3	0.30
4. Enlace directo con los productos y exportadores colombianos.	0.18	4	0.72
Debilidades			
1. Insuficiencia de capital para iniciar el proyecto de importación de algodón.	0.14	2	0.28
2. No contar con el apoyo de socios financistas.	0.10	2	0.20
3. Falta del espacio físico para almacenamiento del producto	0.11	1	0.11
4. Pocas relaciones públicas para ingresar en el sistema de proveedores del sector público.	0.15	2	0.30
TOTAL	1		2.67

Valores de Calificación:

Debilidad Mayor	1
Debilidad Menor	2
Fuerza Menor	3
Fuerza Mayor	4

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El Autor

Interpretación.- El total ponderado de la Matriz EFI es de 2.67 esto indica que el Plan de importación de algodón dental desde Medellín, está en una posición interna fuerte, de las cuales las fortalezas con más peso son: Disponibilidad de tiempo y compromiso para desarrollar el proceso de importación, Conocimiento administrativo y de importación por parte de los gestores de la idea de negocio. Las debilidades con más peso son: Falta del espacio físico para almacenamiento del producto, Pocas relaciones públicas para ingresar en el sistema de proveedores del sector público

Representación gráfica de los Factores Determinantes de la Matriz EFI con su total ponderado.

Tabla 3.6.- PONDERACION MATRIZ EFI

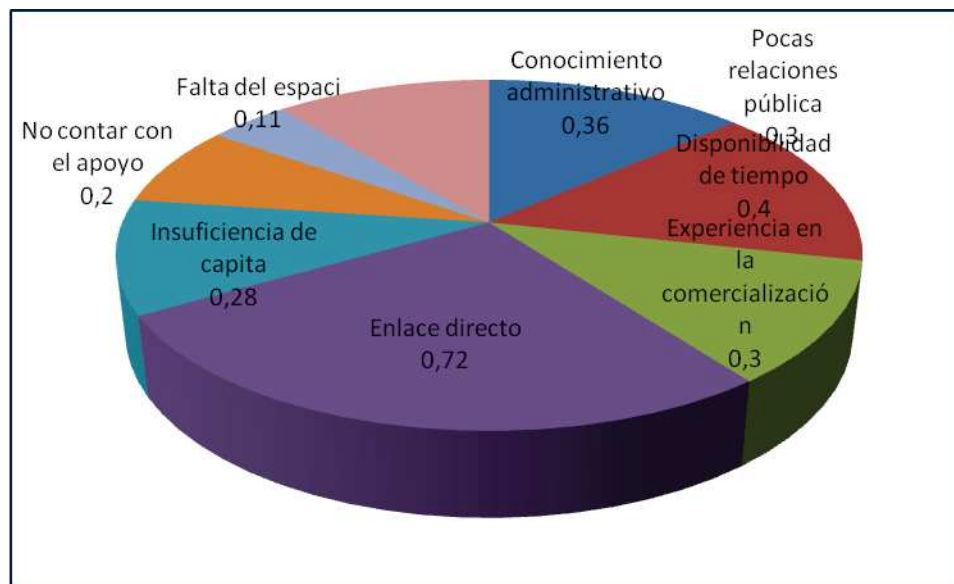
FACTOR DETERMINANTE	TOTAL PONDERADO
Conocimiento administrativo y de importación por parte de los gestores de la idea de negocio	0,36
Disponibilidad de tiempo y compromiso para desarrollar el proceso de importación.	0,40
Experiencia en la comercialización de productos e insumos médicos	0,30
Enlace directo con los productos y exportadores colombianos.	0,72
Insuficiencia de capital para iniciar el proyecto de importación de algodón.	0,28
No contar con el apoyo de socios financistas	0,20
Falta del espacio físico para almacenamiento del producto	0,11
Pocas relaciones públicas para ingresar en el sistema de proveedores del sector público	0,30

Fuente: Matriz EFI – Cuadro No. 5

Elaborado por: David Vizcaíno

Cuadro No. 6 Ponderación Matriz EFI

**Gráfico No. 3.2.- Factores determinantes y su total ponderado
Matriz EFI**



Fuente: Matriz EFI
Elaborado por: El Autor

3.2 Estrategia de introducción del producto.

La introducción del algodón dental en el mercado ecuatoriano, requiere de una estructura eficiente del canal de distribución así como de la intensidad de promoción y publicidad que se desarrolle en el mercado.

3.3 Estrategias de publicidad.

Objetivos de Mercadotecnia

Hacer conocer a NEW STETIC nombre comercial de la empresa que produce el algodón odontológico mediante la aplicación de estrategias de mercado, consiguiendo así ser identificados como la mejor alternativa para la adquisición de los productos odontológicos y materiales absorbentes en el Distrito Metropolitano de Quito.

Corto Plazo

Captar nuevos nichos de mercado en el Distrito Metropolitano de Quito, identificando gustos y preferencias en el uso del algodón dental.

Mediano Plazo

Establecer alianzas estratégicas a través de centros médicos, clínicas afiliadas para ampliar el mercado en otros centros de distribución.

Largo Plazo

Posicionarse en el Distrito Metropolitano de Quito como la mejor alternativa para la adquisición de algodón odontológico, con la mayor calidad a buen precio, alcanzando un incremento en ventas.

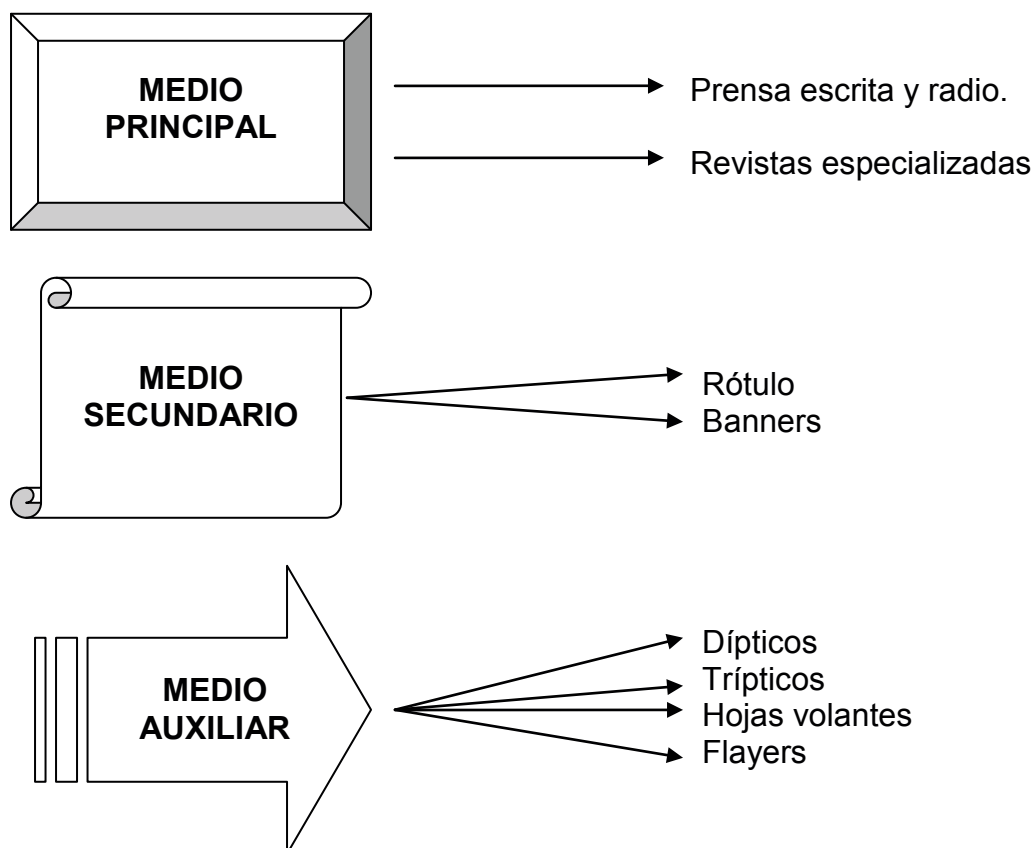
Estrategias de Medios

Selección de Medios

Se realizará las siguientes actividades para llegar al mercado meta que son médicos odontólogos que quieren cuidar la salud de sus pacientes brindando un servicio de calidad y garantía, provocando un impacto sobre el paciente para fidelizarlo.

Para ello utilizará los siguientes medios

Selección de medios publicitarios



Elaborado por: David Vizcaíno

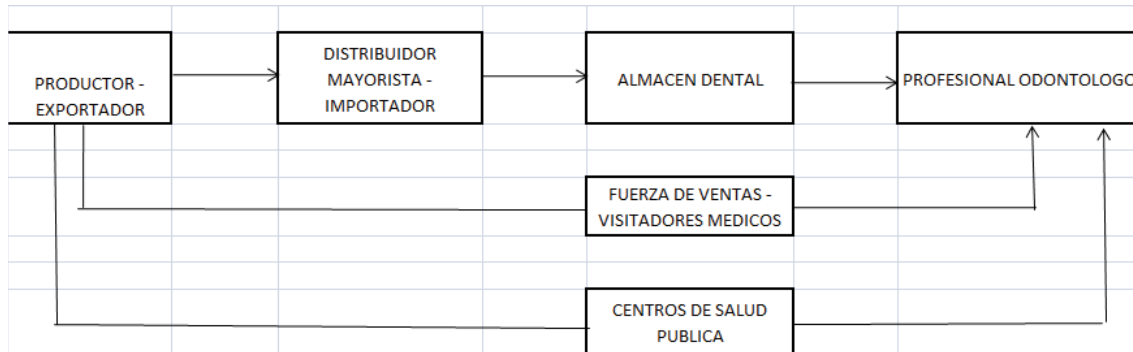
Plaza

En cuanto a la plaza para este tipo de producto, se ha identificado que su distribución se la hace desde el productor internacional o exportador hacia los distribuidores o almacenes de distribución de este tipo de productos, que a su vez se encargan de entregar ya sea directamente al profesional odontólogo que acude a los distintos almacenes de expendio y en muchos casos estos almacenes o distribuidores grandes ponen en contacto al cliente o profesional odontólogo con el producto a través de una fuerza de ventas conocida como visitadores médicos.

En cuanto a la provisión de los centros de asistencia públicos estos lo hacen a través del Instituto Nacional de Compras Públicas INCOP, o directamente por

medio de concurso de ofertas en los cuales se encuentran participando los establecimientos de importación directa.

Gráfico No. 3.3 .- Canal de Distribución de algodón

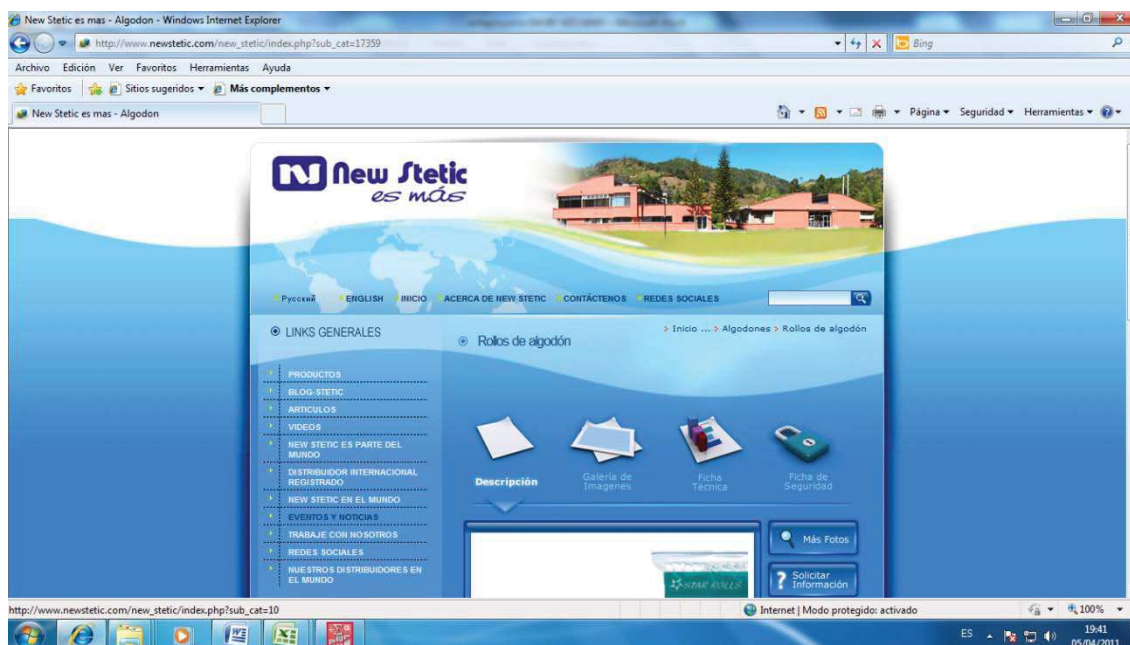


Elaborado por: El Autor

Promoción

La promoción para este tipo de productos se la hace de manera directa con los requerimientos del profesional odontólogo en los establecimientos comerciales, no se han generado campañas específicas de promoción y posicionamiento del producto en el mercado, considerando que la producción nacional es sumamente deficitaria lo que no permite cubrir el mercado, no obstante esto es por parte de los importadores o distribuidores a nivel nacional, no es menos cierto también que en lo que respecta a la publicidad de los distribuidores o productores internacionales, estos se han preocupado de difundir sus productos entre ellos el algodón odontológico a través de los sistemas virtuales o medios de información como son las redes, es así que se cuenta con información de estos productos en las páginas de internet de las empresas fabricantes como son NEW STETIC,

Gráfico No. 3.4.- Página Web de New Stetic



Fuente: Tomado de la página www.newstetic.com.co

En lo que respecta hacia dar a conocer el producto como una herramienta de promoción y publicidad, las empresas dedicadas a la importación de este producto han centrado su esfuerzo a través de su fuerza de ventas, los mismos que en los momentos de visita a sus clientes o profesionales odontólogos han destinado a la presentación de muestras médicas que abran la captación de nuevos y potenciales clientes.

Estas son las formas o medios de mayor difusión de este tipo de productos y en especial del algodón dental, no se han identificado que se empleen material publicitario como el material POP, entre estos las volantes o flyers, dípticos o trípticos

3.4 Estrategias de distribución

Para la distribución del producto en el mercado se aplicarán dos tipos de estrategias: La intensiva y la selectiva. Para esto se hace referencia a ciertas condicionantes como son:

Tamaño del lote que requiere el cliente: Se definieron dos tipos de lotes, los clientes que compran al detalle como son los médicos particulares que brindan sus servicios a través de los consultorios particulares, en este caso como se desprendió de la investigación de mercados la frecuencia de consumo regular para este tipo de clientes es quincenal y mensualmente.

Otro tipo de lote es el que realizan los centros médicos o clínicas tanto públicas como privadas, las mismas que por la afluencia de pacientes realizan las compras a mayor escala en el caso del sector público a través del sistema de Compras Públicas del INCOP y los centros privados por medio de sus departamentos de adquisiciones, para cubrir este segmento de clientes se dispone de los visitadores médicos.

Tiempo de espera: El tiempo promedio que los clientes de ese canal esperan para recibir los bienes. Se desprendió de la investigación de mercado la frecuencia de compra para los médicos particulares se mantiene entre quincenal y mensualmente.

En lo que respecta a las clínicas particulares generalmente este tipo de provisión la hacen con una regularidad de 30 días o mensualmente. En lo que respecta a las instituciones del sector público actualmente esta se la hace con una frecuencia trimestral.

Conveniencia del espacio: Para atender a los clientes se han establecido los puntos de venta a través de los almacenes dentales en los distintos sectores de la ciudad de Quito y para cubrir a aquellos clientes institucionales se acude a los visitadores médicos, no obstante esta fuerza de ventas puede atender a médicos particulares.

Variedad de productos: En cuanto a variedad se procederá a atender con el algodón normal y trenzado de la casa productora NEW STETIC, con mayor fuerza en el trenzado.

Respaldo del servicio: Como respaldo para los clientes médicos que adquieren el producto en los puntos de venta se les garantiza la dotación del producto de manera permanente, para los clientes institucionales las facilidades de pago que generalmente se las pacta es 30 días.

3.4.1 Estrategia de distribución Intensiva

A través de esta estrategia tratamos que nuestro producto el algodón dental trenzado esté en todos los puntos posibles de venta que son los almacenes dentales a nivel de la ciudad de Quito. Intentamos que el producto esté disponible para el cliente en el mayor número de puntos de venta. Por ejemplo, Dental Altamirano, Altamirano Cerda, Dental Ayala, Aldental entre otros.

En esta estrategia se trata de impulsar las ventas facilitando al cliente un punto de compra cercano, tomando en cuenta que los consultorios médicos actualmente se encuentran dispersos por distintos sectores de la ciudad, no obstante existen lugares de concentración de lugares de distribución como son los lugares aledaños a la facultad de odontología de la Universidad Central y sitios de atención dental. Esta estrategia será seguida de forma estricta se supone llevar el producto hasta la última tienda dentro del perímetro de la ciudad de Quito.

Ventajas de la estrategia

Que facilite al cliente en este caso el médico odontólogo la compra del producto y la fidelidad al mismo gracias a la facilidad de adquirirlo, así como sus características y ventajas.

Inconvenientes

Puede perjudicar la imagen del producto al estar en puntos de venta inadecuados como farmacias o botiquines.

3.4.2 Estrategia de distribución Selectiva

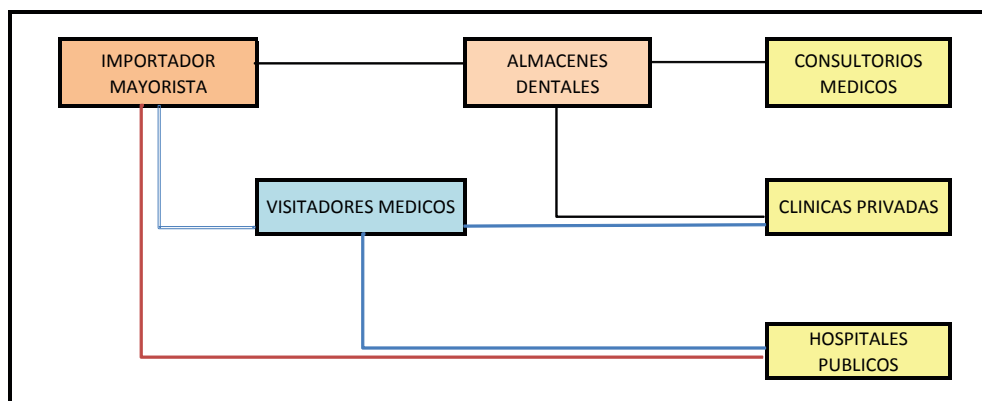
En la distribución selectiva se procederá a través de los visitantes médicos que atenderán a lugares específicos como son los médicos ubicados en los edificios o parques médicos, de la misma forma a través de los visitantes médicos se llegará a cubrir las clínicas y centros médicos privados y públicos.

Esta estrategia nos permite diferenciarnos al situar nuestro producto en sitios seleccionados como son los consultorios dentales y clínicas privadas.

Un buen argumento de ventas para introducir el producto en las clínicas y consultorios privados, implica hacerles percibir que han sido seleccionadas para tener un producto que no tendrán las otras clínicas o centros de atención odontológica.

Naturalmente con esta estrategia renunciamos a muchos puntos de venta, la estrategia es centrarse en donde somos más fuertes y renunciar a parte del mercado. Actualmente muchas estrategias empresariales tratan de orientar la empresa hacia un mercado muy concreto, para ser más fuertes en una parte del mercado, en vez de débiles en todas

Gráfico 3.5.- Modelo del canal de distribución



Elaborado por: El Autor

Se aplicarán en el proceso de distribución dos tipos de canal un directo que va desde nuestra posición como distribuidores mayoristas o importadores hacia el cliente que en este caso es el Gobierno Central o los Dispensarios Médicos así como hospitales de la ciudad.

El canal indirecto o largo se lo aplicará a través de la distribución a los almacenes de insumos dentales y los visitantes médicos quienes a su vez se encargarán de establecer el contacto con el cliente ya sea el médico particular o las clínicas privadas.

Se deja abierto en el canal indirecto para que los visitantes médicos realicen negociaciones con las instituciones del Estado en nombre y representación de la empresa importadora.

3.5 Conclusiones y Recomendaciones

CONCLUSIONES

1. El algodón dental en el país no se produce debido a la calidad de la fibra que se da con los productores ecuatorianos, más aún este tipo de algodón conocido como hidrófilo requiere de un sistema de producción ecológico tratado, lo que hace que el algodón ecuatoriano se lo destine para la producción textil en su totalidad generándose un déficit de algodón para dedicarlo a la producción de algodón odontológico.
2. El algodón dental que se utiliza con mayor regularidad en el Ecuador es proveniente de China y de Colombia, como se pudo determinar en el estudio de la partida arancelaria a la que pertenece el algodón hidrófilo, considerando además los otros usos que se hace para este producto como son el cosmetológico y productos para el cuidado de bebés como son pañales desechables, paños húmedos, entre otros, lo que ocasiona un déficit del producto.
3. No se definen productos que puedan sustituir adecuadamente las cualidades del algodón hidrófilo o llamado odontológico, debido a la capacidad de absorción que este tiene, actualmente se encuentra como un potencial sustituto los succionadores, sin embargo la sustitución no es muy completa debido a que se utiliza el algodón como un instrumento que permite mantener una separación entre la pieza dental que se está tratando y la cavidad bucal como labios, lengua para evitar el contacto con el instrumental médico que se aplica en el tratamiento.
4. El uso de algodón dental es muy generalizado en el tratamiento médico, en su mayoría no se utiliza mucho el algodón trenzado debido principalmente al costo de este producto que oscila entre los \$ 8,50 frente al algodón normal nacional que se encuentra en los \$ 3,50 dólares, manteniéndose un diferencial de precio, esto hace deducir que el mercado ecuatoriano es un mercado muy centrado en el precio sin descuidar la calidad del producto.

5. La mayor cantidad de especialistas odontólogos consumen algodón normal en rollos, es muy poca la introducción del algodón trenzado en el mercado ecuatoriano con el 21,3%, lo consumen por su calidad de absorción y no requiere de un cambio inmediato que posibilita las condiciones para realizar su trabajo.
6. Se determinó que los médicos atienden un promedio de 15 pacientes por día con lapsos de tiempo de entre 20 a 30 minutos por paciente, cabe indicar que de la muestra investigada muchos médicos realizan su atención médica en centros de atención público como son dispensarios y posteriormente atienden en sus consultorios particulares.
7. En lo que respecta a los sitios o plaza en la que los médicos adquieren este tipo de productos, regularmente lo hacen a través de los almacenes dentales con mayor regularidad, seguido posteriormente de los visitantes médicos que les atienden en sus consultorios o centros médicos respectivos, en lo que respecta a las clínicas estos los adquieren mediante un departamento de compras o adquisiciones y por consiguiente lo hacen directamente a los distribuidores mayoristas o almacenes dentales de la ciudad, con respecto a los centros de atención pública o del estado, estos los hacen mediante los requerimientos de cada unidad médica y el Ministerio de Salud por medio del portal de Compras Públicas.
8. Existe una alta tendencia de intención de compra del algodón que se importa de Colombia, gracias al conocimiento de las cualidades de este producto y la calidad con la que se produce en el vecino país, por parte de los médicos de la ciudad de Quito, con una frecuencia de compra de estos productos se lo hace quincenal y mensualmente.
9. Se logró identificar a través de la investigación que la tendencia hacia el cuidado y la salud bucal viene generada por el nivel de conciencia de la población hacia obtener un mejor estilo de vida ampliando la responsabilidad desde los primeros años de vida, por consiguiente tanto el crecimiento poblacional según datos estadísticos entregados por el INEC así como la inserción de grupos vulnerables como niños permite que la demanda de servicios odontológicos se incremente y de tal forma

aumentan los requerimientos hacia materiales odontológicos, en este caso el algodón dental.

10. La apertura de los mercados hacia el comercio internacional, más aun por la cercanía con países vecinos como en este caso Colombia hace posible facilitar los procesos de importación con efecto en la reducción de costos; sumado a los requerimientos y el mejoramiento de los procesos aduaneros de la CAE.

RECOMENDACIONES

1. Brindar apoyo y asistencia técnica a los productores de algodón del país, mediante charlas y capacitaciones a través de los centros especializados como son el Ministerio de Agricultura y Ganadería, el INIAP; a fin de posibilitar la producción de este tipo de algodón hidrófilo para cubrir la demanda del mercado ecuatoriano, en las condiciones necesarias de calidad y absorción.
2. Desarrollar campañas informativas de la bondad del producto para direccionar un cambio en los comportamientos de consumo de los odontólogos de la ciudad de Quito al igual que el país para que se inclinen hacia la adquisición de productos con niveles de absorción mayores y con garantía de salubridad.
3. Aprovechar las condiciones de la investigación de mercados para generar la importación de algodón que luego se la pueda destinar no solo para el mercado de la ciudad de Quito, y se lo impulse hacia el mercado del país en su totalidad.
4. Dar cumplimiento al sistema de comercialización mediante el empleo de los dos canales: el directo e indirecto para que de esta manera se pueda llegar hacia el mercado objetivo, de la misma forma se debe utilizar los medios publicitarios para que se dé a conocer el producto y otros productos que se puedan utilizar en el tratamiento odontológico y permita posicionar al mismo en el mercado de la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS:

- C.D. T.P.D.Valerio Grieco Asesor científico de Alta Técnica Dental (artículo publicado en la Revista Alta Técnica Dental 55, Mayo-Junio 2009),
- DOMINICK, Salvatore. Economía Internacional 8ª ED. / Editorial Limusa, S.A. de C. V. P. 127 - 128
- G. DE VIVO, (1987). “Ricardo, David,” El Palgrave nuevo: Un diccionario de la economía, V. 4, pp. 183-98.
- HALL, Robert E; Lieberman Marc. Macroeconomía Principios y Aplicaciones. Thomson Editores, México 2005.
- HOLANDÉS, de Samuel (1979)). La economía de David Ricardo. Universidad de la presión de Toronto.
- JAMES, C. Ingram. “Economía Internacional” / Editorial Limusa, S.A. de C.V. P. 45
- JANY, José Nicolás; Investigación Integral de Mercados, Mc Graw Hill, México edición 2005,
- Karl E. y JUSTO, Rayo C. Principios de la Economía (5to ed.), Prentice-Pasillo, 1999, pág 59
- KRUGMAN, Paul. Economía Internacional. Teoría y Política. Edit. Mc Graw Hill. Cuarta Edición, 1999, P.24
- PUGEL, Thomas A. Mc. GRAW-HILL / INTERAMERICANA DE ESPAÑA, SAU 1999 P. 82

- RGX.- Red Global de Exportación, ¿Cómo Hacer un negocio de importación?, www.rgxonline.com publicación 2010.
- SAMUELSON, Paúl. A. (2001). "Ricardo, David (1772-1823)," Enciclopedia internacional de las ciencias sociales y del comportamiento, pp. 13330-13334. Extracto.
- SILVA, Carlos Arturo, Publicación de AGRO-BIO, El Algodón Genéticamente Modificado, 2005, pág. 3 ISBN 958-33-8396-1

Páginas web

<http://es.mimi.hu/medicina/hidrofilo.html> (15-03-2011)

<http://www.iqb.es/diccio/h/hi.htm> (18/03/2011)

http://www.12manage.com/methods_porter_five_forces_es.html(27-06-09)

www.cae.gob.ec)

ANEXO

Anexo I

Distribución de cupos del contingente de algodón con diferimiento a 0% ad valórem solicitado al COMEX EMPRESAS AFILIADAS AITE: CUPO PARA DIFERIMIENTO DE ALGODÓN DE AGOSTO 2011 - 2012

Nº	EMPRESA	RUC	CUPO APROBADO
1	CORTINAS Y VISILLOS CORTYVIS CIA. LTDA.	1790548252001	340,69
2	DELLTEX INDUSTRIAL S. A.	1790046621001	54,51
3	ECUACOTTON S. A.	0990941017001	408,82
4	EMPRESAS PINTO S. A.	1090033944001	381,57
5	HILANDERIAS UNIDAS	0991152601001	613,23
6	HILTEXPOY S. A.	1791436210001	613,23
7	INDUSTRIA PIOLERA "PONTE SELVA"	1790021130001	838,09
8	INSOMET CIA. LTDA.	0190114473001	449,70
9	LA INTERNACIONAL S. A.	1790026760001	5.450,96
10	PASAMANERIA S. A.	0190003299001	245,29
11	S.J.JERSEY ECUATORIANO C. A.	1790550176001	1.285,06
12	SINTOFIL S. A.	1790006409001	423,81
13	TEJIDOS PINTEX S. A.	1790006506001	953,92
14	TEXTIL ECUADOR S. A.	1790019659001	470,15
15	TEXTIL SAN PEDRO S. A.	1790249646001	490,59
16	TEXTILES GUALILAHUA	1790155641001	340,69
17	TEXTILES INDUSTRIALES AMBATEÑOS	1890135001001	1.703,43
18	TEXTILES LA ESCALA S. A.	1790095754001	374,75
19	TEXTILES MAR Y SOL S. A.	1790012298001	204,41
20	TEXTIL SANTA ROSA S. A.	1891732070001	823,10
TOTAL			16.466,00

[Suplemento del Registro Oficial 543 \(RC2\)](#)

MODELO DE ENCUESTA:

UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS

ENCUESTA

Objetivo.- Determinar el nivel de consumo de algodón dental en los servicios odontológicos de la ciudad de Quito, por parte de los médicos odontólogos, para el establecimiento de un medio de provisión de este producto desde la ciudad de Medellín Colombia.

CUESTIONARIO:

1.- Realiza la atención médica dental a sus pacientes por:

Cuenta propia o Consultorios o clínicas Centros Médicos
 consultorio particular privadas públicos

2.- En la atención médica dental a sus pacientes utiliza:

Algodón dental Gasas Otros

3.- Si utiliza algodón dental, que tipo de este producto regularmente utiliza:

Normal en rollos Trenzado Motas

4.- Regularmente cuantos pacientes atiende por día

5.- Generalmente cuantos apósitos de algodón utiliza por paciente en una atención normal:.....

6.- En la atención médica que brinda a sus pacientes, cual es el promedio de piezas que atiende por paciente.....

7.- Aproximadamente para cuantos pacientes determina usted que le dura un rollo de algodón regularmente.....

8.- En donde compra regularmente el algodón dental

Almacenes dentales Visitadores Médicos Farmacias

9.- Con qué frecuencia usted compra o se provee de este tipo de producto

Semanalmente Quincenalmente Mensualmente Trimestralmente Ocasionalmente

10.- De existir un proveedor que distribuya este tipo de producto desde la ciudad de Medellín Colombia, usted lo compraría.

Definitivamente si Probablemente Definitivamente no

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

PROFORMA

Respuesta enviada el 30 de marzo del 2011.

Buenos días Sr. David Vizcaíno

Como respuesta a sus inquietudes a continuación podrá encontrar más información al respecto:

Producto: ROLLOS DENTALES PAQUETE X 1000 UND (ALGODÓN HIDRÓFILO QUIRÚRGICO)

Posición arancelaria: 30.05.90.10.00

Precio FOB Buenaventura (por paquete): USD 3,45

Empaque: 50 paquetes en caja master

Medidas de la caja en metros: Alto 0,677 Ancho: 0,58 Largo: 0,58, Volumen: 0,23

En un contenedor 20ST caben 128 cajas master

En un contenedor 40HC caben 300 cajas master

Lo mínimo que enviamos es un contenedor 20st.

La validez de este precio es de 30 días.

Condiciones de pago: Giro anticipado

Quedo a la espera de sus comentarios

Saludos,

Erika Ruiz

Comercio Internacional

Laboratorios NEW STETIC S.A.

Medellin - Colombia

Tel: (057) (4) 2554782 ext 118

e-mail: comerciointernacional@newsetic.com.co

website: www.newstetic.com.co

MSN: erikaruiz182@hotmail.com

SKYPE: erika.ruiz182