

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

Trabajo de fin de carrera titulado:

**“ANÁLISIS DE LA IMPORTACIÓN DE RESINA HERCULITE DE LA KERR Y SU
IMPACTO EN LAS VENTAS DE VIALDENTAL CIA. LTDA. EN EL PERIODO
2016”**

Realizado por:

GANDY DAVID VIZCAINO TERÁN

Directora del proyecto:

CARMEN AMELIA CORAL GUERRERO

Como requisito para la obtención del título de:

MASTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Quito, julio de 2017

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, GANDY DAVID VIZCAINO TERÁN, con cédula de identidad 040132804-2, declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento. A través de la presente declaración, cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

Gandy David Vizcaíno Terán

C.C.: 040132804-2

DECLARATORIA

El presente trabajo de investigación titulado:

**“ANÁLISIS DE LA IMPORTACIÓN DE RESINA HERCULITE DE LA KERR Y SU
IMPACTO EN LAS VENTAS DE VIALDENTAL CIA. LTDA. EN EL PERIODO
2016”**

Realizado por:

GANDY DAVID VIZCAINO TERÁN

Como Requisito para la Obtención del Título de:

MASTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Ha sido dirigido por la profesora

CARMEN AMELIA CORAL GUERRERO

Quien considera que constituye un trabajo original de su autor

CARMEN AMELIA CORAL GUERRERO

DIRECTORA

DEDICATORIA

La presente investigación la dedico a mi familia.

A mi padre, por el apoyo brindado en toda mi educación y formación a lo largo de mi vida.

A mi madre, que gracias a su guía y sabiduría ha logrado formar un hombre de bien.

A mi novia, por su apoyo incondicional, amor y paciencia en los buenos y malos momentos.

A mis hermanos, por su ejemplo y cariño para conmigo.

A mis sobrinos, por alegrarme cada día y ser mi motivación para ser un ejemplo para ellos.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por regalarme salud, discernimiento e inteligencia.

A mi padre, por el apoyo brindado en toda mi educación y formación a lo largo de mi vida.

A mi madre, que gracias a su guía y sabiduría ha logrado formar un hombre de bien.

A mi novia, por su apoyo incondicional, amor y paciencia en los buenos y malos momentos.

A mis hermanos, por su ejemplo y cariño para conmigo.

A mis sobrinos, por alegrarme cada día y ser mi motivación para ser un ejemplo para ellos.

RESUMEN EJECUTIVO

El desarrollo de la presente investigación tiene como objetivo analizar la importación de la Resina Herculite de la KERR y su impacto en las ventas de la empresa VIALDENTAL CIA. LTDA. en el año 2016, empresa familiar dedicada a la importación y comercialización de insumos, materiales, instrumental y equipos odontológicos.

La resina Herculite de la Kerr es un insumo nuevo para la compañía ya que al ser un producto que queda en boca del paciente la obtención del registro sanitario se hace obligatoria, donde desde el año 2016 se registran importaciones notando un alto crecimiento en cada importación de resinas.

El análisis de la importación de Resina Herculite, ha permitido identificar los principales competidores, así como sus volúmenes de importación y participación en el mercado; situación que permite identificar las principales fortalezas y debilidades de la compañía así como las oportunidades que tiene la importación de este producto el cual genera una alta rentabilidad para la compañía ya que margina más utilidad que los demás productos. Este estudio permite obtener información relevante en cuanto al producto, la compañía y la competencia en el sector dental los mismos que ayudarán a identificar el mercado potencial de las resinas para VIALDENTAL CIA. LTDA.

ABSTRACT

The development of the present investigation has as objective to analyze the importation of the KERR Herculite Resin and its impact in the sales of the company VIALDENTAL CIA. LTDA. in 2016, a family business dedicated to the importation and commercialization of supplies, materials, instruments and dental equipment.

Kerr's Herculite resin is a new input for the company since being a product that remains in the patient's mouth, obtaining the sanitary registration becomes mandatory; where from the year 2016 imports are registered, noting a high growth in each importation of Resins.

The analysis of the importation of Herculite Resin has allowed to identify the main competitors, as well as their import volumes and market share; Situation that allows to identify the main strengths and weaknesses of the company as well as the opportunities that has the import of this product which generates a high profitability for the company since it marginalizes more utility than the other products. This study allows to obtain relevant information regarding the product, the company and the competition in the dental sector the same ones that will help to identify the potential market of the resins for VIALDENTAL CIA. LTDA.

Índice

CAPÍTULO I	1
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
Antecedentes.....	¡Error!
Marcador no definido.	
1. Planteamiento del Problema.....	2
1.1 Formulación del problema	2
1.2 Sistematización del problema	3
1.3 Objetivo general.....	3
1.4 Objetivos específicos	3
1.5 Justificaciones	4
1.6 Identificación y caracterización de variables	4
1.7 Novedad y/o innovación	5
2. El Método.....	5
2.1 Nivel de estudio	5
2.2 Modalidad de investigación	6
2.3 Método	7
2.4 Población y muestra.....	7
2.5 Operacionalización de variables	8
2.6 Selección de instrumentos de investigación	10
2.7 Validez y confiabilidad de instrumentos.....	12
3. Aspectos administrativos.....	12
3.1 Recursos humanos	12
3.2 Recursos técnicos y materiales	12
3.3 Recursos financieros	13
3.4 Cronograma de trabajo.....	14

CAPÍTULO II.....	14
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y DIAGNÓSTICO	14
1. Fundamentación Teórica.....	14
1.1 Marco Conceptual.....	14
1.2 Marco Teórico.....	16
1.3 Marco Referencial.....	20
1.4 Marco Legal	21
2. Diagnóstico.....	25
2.1 Ambiente Externo	25
2.2 Ambiente Interno	46
3. Investigación de campo.....	51
3.1 Elaboración de los instrumentos de investigación	51
3.2 Recolección de datos.....	52
3.3 Procesamiento, análisis e interpretación	52
CAPÍTULO III.....	
VALIDACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO	
1. Resumen de observación.....	55
2. Inducción.....	59
3. Hipótesis.....	59
4. Probar la hipótesis por experimentación.....	60
5. Demostración o refutación de la hipótesis	63
6. Evaluación financiera.....	68
7. Conclusiones.....	70
8. Recomendaciones.....	72
9. Bibliografía.....	73
10. Anexos.....	78

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 <i>Cronología del Desarrollo de las Resinas</i>	31
Ilustración 2 <i>Organigrama Estructural VIALDENTAL CIA. LTDA.</i>	47
Ilustración 3 <i>Organigrama Funcional de VIALDENTAL CIA. LTDA.</i>	48
Ilustración 4 <i>Logotipo de VIALDENTAL CIA. LTDA.</i>	48
Ilustración 5 <i>Cadena de valor de VIALDENTAL CIA. LTDA</i>	51
Ilustración 6 <i>Principales resultados de las entrevistas</i>	54
Ilustración 7 <i>Importación de Resina Herculite (Vialdental)</i>	56
Ilustración 8 <i>Relación ventas de Resina Herculite con ingreso ventas Vialdental</i>	57
Ilustración 9 <i>Modelo de negocio para Resina Herculite</i>	63

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Impacto en las ventas de VIALDENTAL CIA. LTDA. en el periodo 2016</i>	8
Tabla 2 <i>Importación de resina Herculite de la Kerr</i>	9
Tabla 3 <i>Personal para Entrevistas</i>	11
Tabla 4 <i>Presupuesto para la investigación</i>	13
Tabla 5 <i>Cronograma de Trabajo</i>	14
Tabla 6 <i>Importaciones de Resina en el año 2016</i>	27
Tabla 7 <i>Cuadro de Importadores de Resina en el Ecuador (2016)</i>	29
Tabla 8 <i>Estructura de Mercado de la Resina</i>	35
Tabla 9 <i>Odontólogos en la provincia de Pichincha, INEC 2014</i>	36
Tabla 10 <i>Casas Comerciales con mayor volumen de ventas en la provincia de Pichincha, INEC 2014</i>	39
Tabla 11 <i>Distribuidores de Productos Odontológicos</i>	40
Tabla 12 <i>Análisis de la competencia</i>	42
Tabla 13 <i>Propiedades de la Resina Herculite de la Kerr</i>	44
Tabla 14 <i>Productos Sustitutos de las Resinas</i>	45
Tabla 15 <i>Matriz FODA</i>	58
Tabla 16 <i>Hallazgos</i>	60
Tabla 17 <i>Importaciones de Resina en el año 2016</i>	66
Tabla 18 <i>Proyección de ventas</i>	68
Tabla 19 <i>Indicadores proyección de ventas</i>	69
Tabla 20 <i>Proyección de gastos 2016 - 2020</i>	69
Tabla 21 <i>Punto de equilibrio proyectado</i>	70

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Antecedentes

El desarrollo de las resinas compuestas inició en la primera mitad del siglo XX, ya que los silicatos eran los únicos materiales que tenían un color similar al del diente y servían para la utilización como material de restauración estética. Este tipo de material tenían grandes desventajas, la principal era su desgaste que se generaba al poco tiempo de haber sido utilizados. A finales de los años 40, fueron las resinas acrílicas de polimetilmetacrilato (PMMA) quienes reemplazaron a los silicatos. Sus características principales eran su similitud al color de los dientes, eran insolubles, de fácil manipulación y a un precio bajo.

El producir resinas con criterios modernos tiene sus inicios a partir de 1962 cuando el especialista Dr. Ray L. Bowen desarrolla un nuevo tipo de resina compuesta, no obstante la innovación más preponderante en este tipo de resinas se da con la producción de resina Bisfenol-A-Glicidil Metacrilato (Bis-GMA), al que se le adjunta un acople mediante el cual se fusionan partículas de relleno y la matriz de resina, desde este tiempo las resinas han venido nuevos sistemas tecnológicos en la producción de resinas dando un giro hacia el desarrollo de nuevas ventajas como el solucionar la contracción y polimerización conjuntamente con otros problemas adjuntos.

En el Ecuador la utilización de resinas compuestas dentro de los sistemas de restauración y cuidado estético en odontología ha tomado un matiz completamente distinto y significativo, con la utilización de resinas compuestas conocidas como auto polimerizables, las mismas que requerían de un sistema de polimerización por activación química conocida como sistema red-ox, considerando que para el éxito de aprovechamiento de una resina compuesta es fundamental que todos sus monómeros se conviertan en polímero en el proceso de polimerización, mostrando un agrado de conversión máximo que oscila en un 50% a un 60%, cabe indicar que la polimerización adecuada se constituye en un factor crucial para la obtención de propiedades físicas óptimas y un buen comportamiento clínico de las resinas dando su verdadero cometido en el uso de resina compuesta como material de restauración odontológica.

VIALDENTAL CIA. LTDA. se convirtió en distribuidor exclusivo para el Ecuador de la marca KERR a mediados del año 2015, pero tardaron cerca de un año en obtener los registros sanitarios indispensables para su importación, distribución y uso. Como empresa distribuidora ofrece a los profesionales en odontología una resina de alta calidad, estética y durabilidad, como lo es la resina Herculite. Evidenciando notoriamente que el impacto en el mercado ha tenido un incremento y receptividad satisfactorio dado por el aumento gradual en las importaciones en el año 2016 de la resina de estudio.

1. Planteamiento del problema

1.1 Formulación del problema

¿Cómo impacta la importación de la resina Herculite de la KERR en las ventas de VIALDENTAL CIA? LTDA., en el periodo 2016?

1.2 Sistematización del problema

- ¿Cuáles son los volúmenes de importación de las resinas por parte de los importadores?
- ¿Qué porcentaje representa la resina Herculite de la KERR en la empresa VIALDENTAL CIA LTDA., y cuál es el impacto en las ventas a través de un análisis financiero?
- ¿Cuál es el costo/beneficio de importar la resina Herculite de la KERR a través de un modelo comparativo para identificar la rentabilidad de la importación de este producto?

1.3 Objetivo general

Analizar el impacto de la importación de resina Herculite de la KERR en las ventas de VIALDENTAL CIA. LTDA., en el periodo 2016.

1.4 Objetivos específicos

- Analizar las importaciones de las resinas a través de un análisis comparativo de los diferentes importadores con el fin de determinar los volúmenes de importación.
- Estudiar el comportamiento de las ventas de la resina Herculite de la KERR en VIALDENTAL CIA. LTDA., a través de un análisis financiero para determinar el impacto en las ventas totales.

- Determinar el costo/beneficio de importar la resina Herculite de la KERR a través de un análisis comparativo para identificar la rentabilidad de la importación de este producto.

1.5 Justificación

La presente investigación se enfocará en analizar la importación de Resina Herculite de la KERR por la empresa VIALDENTAL CIA. LTDA., para poder identificar qué porcentaje ocupa en el mercado global de resinas ya que es un producto de alta rotación y uso constante de los profesionales odontológicos por cuanto es necesario en muchas de sus actividades.

Así, el presente trabajo permitiría mostrar las diferentes marcas de resinas en el mercado, sus participaciones actualmente y dentro de VIALDENTAL CIA. LTDA., ayudaría a determinar el impacto que genera este producto en las ventas de la compañía.

1.6 Identificación y caracterización de variables

Análisis de la importación de resina Herculite de la KERR y su impacto en las ventas de VIALDENTAL CIA. LTDA., en el periodo 2016.

Las variables son las siguientes:

- Variable Independiente: Importación de Resina Herculite de la KERR.
- Variable Dependiente: Impacto en las ventas de VIALDENTAL CIA. LTDA.

1.7 Novedad y/o Innovación

El aporte de la investigación se orienta hacia la determinación de la importación de Resina Herculite de la KERR y su incidencia o impacto en las ventas de la compañía VIALDENTAL CIA. LTDA. en el periodo 2016.

Siendo la rama restaurativa un mercado potencial, gracias a sus volúmenes de importación y su alta rentabilidad frente a otros productos se encuentra este análisis como innovador, el mismo que puede determinar un alto potencial en la importación y comercialización de la resina Herculite en la empresa VIALDENTAL CIA. LTDA. La calidad del producto garantiza la demanda de los odontólogos que genera un impacto positivo en las ventas.

2 El Método

2.1 Nivel de estudio

Para este análisis de la importación de resina Herculite de la KERR y su impacto en las ventas de VIALDENTAL CIA. LTDA., en el periodo 2016 se aplicará la investigación descriptiva.

Investigación Descriptiva:

Se trabaja sobre hechos reales como es la importación de resina Herculite de la KERR y su impacto en las ventas de VIALDENTAL CIA. LTDA., en el periodo determinado 2016, considerando que este tipo de investigación denota una característica fundamental como el tener y permitir una descripción de aquellos elementos que se investigan o se estudian que para el

presente caso son las importaciones, las ventas y el impacto económico, permitiendo al investigador generar una interpretación lo más acercada a la realidad del fenómeno de estudio.

La obtención de información válida para el presente estudio requiere la ejecución de acciones ordenadas que orienten el procedimiento y pasos de una manera ordena y consecuente para llegar a obtener resultados.

2.2 Modalidad de Investigación

De campo

Se aplicará este tipo de investigación ya que, permitirá mantener una relación directa con el objeto de estudio al levantar la información en el sitio como es VIALDENTAL CIA. LTDA., este constituye un proceso sistemático debidamente estructurado, con un quehacer riguroso y racional de recolección de información, tratamiento de la misma, análisis y presentación de datos mediante instrumentos adecuados, que basado en una estrategia de toma de información directa provee de insumos necesarios para la investigación.

Esta modalidad de investigación se concatena con el nivel de estudio descriptivo como respuesta a la capacidad de gestión investigativa.

Documental

Se busca ampliar y profundizar el conocimiento del objeto de estudio a través de registros impresos, documentos y otros instrumentos como cuadros estadísticos, balances, reportes de ventas entre los que se encuentran las publicaciones de las entidades pertinentes como INEC, Banco Central y Ministerio de Comercio Exterior. Tiene como propósito el análisis del fenómeno de variación en las ventas de VIALDENTAL CIA. LTDA.

2.3 Método

Inductivo – Deductivo

Según (Aristóteles, 2013) “El método inductivo o deductivo es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: La observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación”.

En el desarrollo de esta investigación se inicia con observaciones individuales hacia el mercado importador de resina Herculite de la KERR, así como de los distintos demandantes o compradores de este tipo de productos, a partir de las cuales se plantean generalizaciones como punto de referencia como la incidencia sobre el comportamiento de las importaciones y las ventas. Las generalizaciones permiten hacer o establecer predicciones del comportamiento del mercado y las ventas, así como el comportamiento económico en cuanto a beneficios y rentabilidad de la empresa.

2.4 Población y Muestra

Muestra

Se realizarán entrevistas al personal de VIADLENTAL CIA. LTDA., que se encuentra laborando en el área de Importaciones y Financiera.

2.5. Operacionalización de las variables

Variable dependiente

Tabla 1

Impacto en las ventas de VIALDENTAL CIA. LTDA. en el periodo 2016

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICA-INSTRUMENTO
Las ventas son la esencia de una organización que se dedica a la comercialización de bienes o servicios y debe ser entendida como esa acción o conjunto de acciones hacia generar recursos económicos ya sea a través de la venta de productos que se producen por parte de la empresa o que se importen, orientando todos sus esfuerzos a preparar a sus equipos para que estimulen a sus potenciales clientes o prospectos a tomar las decisiones para la compra de determinados bienes, teniendo impacto de los factores tanto exógenos como endógenos.	Comportamiento de las ventas de la resina en el mercado nacional.	Nivel de variación de las importaciones de resina en el mercado nacional y local.	Conocer el nivel de importaciones tanto en cantidades como en unidades monetarias hacia el mercado nacional. Variación de las importaciones en resina hacia el mercado nacional en los últimos cinco años.	Revisión de niveles de ventas y reportes comerciales de la empresa Información estadística del Banco Central del Ecuador
	Participación en el mercado de la resina.	Nivel de posicionamiento de la resina en el mercado local especialmente en la oferta.	¿Cuál es la participación en el mercado de la venta de resina y su variación con los líderes y seguidores? ¿En qué magnitud fluctúan las ventas y su participación en la cuota de mercado de la empresa Vialdental?	MPC (Matriz de Perfil Competitivo) BCG (Matriz Boston Consultig Group) Balances Contables y Reportes de ventas.
	Impacto de las ventas de la empresa.	Nivel de crecimiento de las ventas de la empresa	¿Cómo se estructura el portafolio de productos de la empresa en cuanto a resinas?	

		Vialdental y la resina.	¿Cómo se comporta el nivel de ingresos y su variación en la empresa?	Análisis financiero y BGC.
	Costo/Beneficio.	Beneficio de la venta de Resina en el portafolio de la empresa.	¿Cómo beneficia la comercialización de resina las ventas de la empresa Vialdental? ¿Qué otro beneficio ofrece la importación y venta de resina?	

Elaborado por: El autor

Variable independiente

Tabla 2

Importación de resina Herculite de la Kerr

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	TEC-INSTRUMEN
La importación de resina Herculite es una acción comercial que implica y desemboca en la introducción de este producto al país con la misión de comercializarla y debe entenderse como el proceso de transferencia de manera legal para atender la demanda.	Perfil del proveedor importador de resina	Tipo de importador de resina Herculite	Conoce las condiciones y las características de los proveedores de resina Herculite en Ecuador	Revisión documental y bibliográfica
	Clasificación dentro del CIU de la resina Herculite.	Nivel de importaciones de resina en Ecuador.	Conoce el margen de participación y contribución de la importación	Información documental y estadística del

			de resina como parte de la balanza comercial. Conoce los diversos regímenes de importación a los que debe someterse la resina Herculite-	Banco Central del Ecuador-
	Portafolio de resina importada y la participación de Herculite.	Nivel de importación de resina odontológica y su comparación con la resina Herculite.	Conoce si se mantiene un record de importación de resinas odontológicas y de resina Herculite al mercado local. ¿Cuál es el nivel de rotación de la resina odontológica Herculite en el mercado nacional y local?	Estadísticas

Elaborado por: El autor

2.6. Selección de los instrumentos de investigación

Técnicas e instrumentos

La técnica aplicada en el desarrollo de la investigación es la entrevista, por medio de este instrumento se logrará obtener la información desde la fuente.

Técnicas primarias:

Observación. - Al haber acceso directo a la empresa Vialdental Cia. Ltda. Se podrá hacer una observación en las áreas donde es el objeto del estudio, en síntesis la observación se hará en el campo.

Entrevista. - Las entrevistas estarán dirigidas a los profesionales y expertos que se encuentran laborando en el área de Importaciones y Finanzas de la empresa VIALDENTAL CIA. LTDA, a continuación lista de funcionarios entrevistados.

Tabla 3

Personal para Entrevistas

Cargo	Nombre
Jefe Financiero	Ing. Miguel Sisa
Asistente Financiero	Ing. Galo Acosta
Jefe de Importaciones	Ing. Patricio Vizcaíno
Asistente de Importaciones	Ing. Paola Cisneros
Gerente General	Dr. Gandy Vizcaíno

Elaborado por: El autor

Técnicas secundarias:

Las técnicas secundarias en los procesos de investigación permiten recolectar información definidos como de segundo orden, que se los puede ubicar en fuentes como libros, folletos, revistas, documentos electrónicos o que reposan en servidores de internet, así como informaciones emitidas por instituciones públicas y privadas.

2.7 Validez y confiabilidad de los instrumentos

Para validar la información los instrumentos serán sometidos a una evaluación crítica por parte de expertos como especialistas, siendo quienes con sus criterios sustenten el cabal nivel de aplicabilidad.

3. Aspectos Administrativos

3.1 Recursos Humanos

Investigador: Gandy David Vizcaíno Terán

Director de tesis: Carmen Amelia Coral Guerrero

3.2 Recursos Técnicos y Materiales

3.2.1 Recursos Técnicos

Computador.

Impresora.

Videocámara.

Suministros de oficina.

Pen Drive.

3.2.2 Recursos Materiales

Libros.

Folletos.

Revistas.

Catálogos.

3.3 Recursos Financieros

Tabla 4

Presupuesto para la investigación

ACTIVIDADES	VALOR UNIT.	TOTAL
RECURSOS MATERIALES		
Transporte y movilización	\$1,00	\$ 150
Compra de Libros	\$ 200,00	\$ 200
Hojas Papel Bond	\$ 4,00	\$ 20
Copias fotostáticas	\$ 0,05	\$ 80
Anillados	\$ 10,00	\$ 10
Uso de Internet plan	\$ 50,00	\$ 50
Flash Memory y medios digitales	\$ 20,00	\$ 20
Extras	\$ 250,00	\$ 250
	TOTAL	\$ 780

Elaborado por: El autor

3.4 Cronograma de Trabajo

Tabla 5

Cronograma de Trabajo

ACTIVIDADES	Primer Mes				Segundo Mes				Tercer Mes				Cuarto Mes			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elaboración y aprobación del título de investigación																
Fase 1																
Fase 2																
Fase 3																

Elaborado por: El autor

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y DIAGNÓSTICO

1. Fundamentación teórica

1.1 Marco Conceptual

Para el marco conceptual se ha visto la importancia de citar los siguientes conceptos que servirán de gran ayuda para una adecuada comprensión de la investigación:

1.1.1 Importación.

Según (Ceballos, 2016) “Importar es la compra de bienes y servicios que provienen de empresas extranjeras. Puede ser cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un Estado con propósitos comerciales. Importar permite adquirir productos que en el país no se producen, que pueden ser más baratos o de mejor calidad.”

1.1.2 Aranceles.

De acuerdo con (Sánchez, 2007) “Los derechos de aduana aplicados a las importaciones de mercancías se denominan aranceles. Los aranceles proporcionan a las mercancías producidas en el país una ventaja en materia de precios con respecto a las mercancías similares importadas, y constituyen una fuente de ingresos para los gobiernos. Arancel también es la nomenclatura oficial de mercaderías clasificadas con la determinación de los gravámenes que deben causarse con motivo de la importación y/o la exportación.”

1.1.3 Precios.

(Econlink, 2008) “Se puede definir al precio de un bien o servicio como el monto de dinero que debe ser dado a cambio del bien o servicio. Otra definición de precio nos dice que el precio es el monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar un producto o servicio”.

1.1.4 Ventas.

De acuerdo a (Reid, 2015) "la venta se denomina transferencia de una mercancía mediante un precio convenido donde se promueve un intercambio de productos y servicios.

Contrato en virtud del cual se transfiere a dominio ajeno una cosa propia por el precio pactado".

1.2 Marco Teórico

1.2.1 Nueva teoría del comercio internacional

1.2.2 Introducción

De acuerdo con (Ricardo Torres, 1972) “El comercio exterior está relacionado al abastecimiento de mercancías al menor costo posible y sus principios han servido para orientar a la política comercial y sus objetivos. Existe entre teoría y política una interdependencia cuyos resultados pueden ser óptimos si se utiliza una teoría adecuada a cada circunstancia y a cada país como guía de una política racional. En materia de comercio exterior como en otras ramas de la economía, ambos aspectos son esenciales para conducir racionalmente los asuntos prácticos del intercambio entre países o, dicho de otra manera, es preciso escoger la teoría adecuada a cada caso de acuerdo con los objetivos fijados de antemano a nivel de decisión política y derivar de ella la política económica”.

1.2.2 Modelo clásico del comercio exterior.

Conforme lo desarrolla la autora (Otero, 2017, pág. publicado en internet), Adam Smith, David Ricardo y John Stuart Mill, “establecieron la primera teoría del comercio internacional, su énfasis fue el descubrir los principios que gobiernan el intercambio a nivel internacional, ya que David Ricardo había abordado el problema sólo que se centró en la parte monetaria. Estos autores, al generalizar la teoría sobre las causas del intercambio internacional y sus ventajas,

consideraban que justificaba el libre intercambio entre todos los países, al distinguir los diferentes grados de desarrollo o retraso.

De sus ideas podemos distinguir un modelo que permite abordar el análisis del comercio internacional. Los clásicos se basaron en tres supuestos:

1. Los que pretendían simplificar el análisis para tener una mejor comprensión del intercambio de países, conscientes de que esta simplificación contradecía los hechos como realmente sucedieron;
2. Supuestos que ellos consideraban tener validez real; y
3. Otros supuestos que, aunque existieron en absoluto, era conveniente esforzarse por su implementación.

Los tres conjuntos de supuestos fueron los siguientes:

I. Simplificación de los supuestos:

1. Que había solamente dos países que negociaban con solamente dos mercancías.
 2. No hubo costos de transporte ni obstáculos artificiales al comercio.
 3. Los costos fueron constantes, independientemente del volumen de producción.
 4. Los países intercambiaron productos a través del trueque. Por esta razón, no consideraron los ingresos y los pagos por servicios o movimientos de capital.

2. II. Supuestos clave:

1. Sólo hubo un factor que generó valores económicos: el trabajo.
2. La movilidad de los factores fue perfecta en cada país y cero o imperfecta entre los países.
3. Regla proporcional y cuasi-automática de la teoría cuantitativa del dinero, esto

significa que la economía de trueque sólo intenta simplificar la realidad con fines analíticos.

4. La economía funcionó a corto plazo en el nivel de ocupación total de factores productivos o en un punto cercano al pleno empleo, de modo que cualquier aumento en el producto sólo podría obtenerse transfiriendo recursos de actividades menos productivas a actividades de mayor productividad.

5. No hubo cambios causados por el ciclo económico, ya que el económico tendía al equilibrio estable y los desequilibrios existentes eran problemas transitorios y transitorios de carácter friccional (no estructural) y su corrección se encontraba bajo una acción automática a corto plazo.

6. Por último, la economía de mercado se rige por la Ley de Mercados (SAY), que establece que: cada oferta crea su propia demanda porque en la producción hay una cantidad suficiente de ingresos para crear una demanda equivalente a los productos. Es decir, el consumo mundial era igual a la oferta mundial, y la cantidad que cada país exportaba era compensada por los importados. En general, en la libre competencia, la producción abrió la demanda de los productos y para ello no hubo sobreproducción duradera.

III Hipótesis de tendencias que deben ser objeto de política económica.

1. Aunque los clásicos consideraban la simplicidad analítica y que no existían barreras artificiales a la política comercial, abogaban por el libre comercio en todos los aspectos. Luchaban por la eliminación de obstáculos y restricciones que existían y por los impuestos sobre la importación de bienes.
2. Asumieron la igualdad económica y política de los países y asumieron que la apertura de los mercados se amplió y esta expansión fortalecería la libre

competencia, favoreciendo así la eliminación de los monopolios.”

1.2.3 Aportaciones de Adam Smith y de David Ricardo.

La aportación más grande de Adam Smith fue en aplicar la, “teoría de la división del trabajo al intercambio internacional. El mérito de Smith consistió en haber presentado por primera vez un estudio sistemático de la economía política y, en materia de comercio internacional, demostrar la conveniencia de la especialización del trabajo entre los países y la aconsejable aceptación del intercambio entre estos.”

Adam Smith manifiesta, “la teoría clásica se explica a través de los cuatro supuestos casos de diferencias o ventajas entre países.

1. Cuando dos países (A y B) producen dos mercancías cada uno, pero el país A tiene ventaja absoluta de costos sobre B en la producción de una de las mercancías, en tanto que el país B tiene ventaja absoluta de costos sobre A en la producción de la otra mercancía. En este caso estamos ante un ejemplo de las diferencias absolutas de costos.
2. Si uno de los países produce a menor costo ambas mercancías, pero con ventaja de diferente proporción en cada mercancía se tienen los costos comparativos o relativos. En ambos casos las funciones de producción son distintas para una mercancía en cada país.
3. Cuando el país A produce un artículo que no produce el país B y este produce otro artículo que no produce A y se establece intercambio entre ellos, el comercio surge debido a la carencia de la otra mercancía en cada país. Estamos ante un ejemplo de ventaja incomparable.
4. Cuando un país A produce más baratas ambas mercancías y en la misma proporción respecto al otro país, se dice que hay diferencias iguales de costos.”

1.3 Marco Referencial

Artículo

Tema: Las resinas compuestas

Autor: Asociación Dental Americana

Resumen: Las resinas compuestas son materiales sintéticos de buena durabilidad y resistencia a las fracturas dentales ya que estas están sometidas a la tensión constante durante la masticación. Estas resinas pueden ser colocadas tanto en los dientes frontales como molares. Por su aspecto natural son una buena opción para las personas.

Estas resinas son más caras que las amalgamas. Se debe tomar en cuenta que estos compuestos pueden ser menos duraderos y en consecuencia su reemplazo se lo realiza más frecuentemente.

El tratamiento de relleno con resinas compuestas tarda más tiempo en colocarse que los empastes de amalgama, ya que se requiere que el diente este limpio y seco. En la actualidad estos materiales sintéticos se utilizan con alta frecuencia debido a lo cosmético. La sociedad está cada vez más centrada en obtener una sonrisa blanca y brillante. Por lo que acuden a utilizar rellenos con mejor apariencia y color que los dientes naturales.

Artículo

Tema: Traumatismos y reconstrucción estética

Autor: Dra. Dolmarys Márquez

Los accidentes, las fracturas o pérdida parcial o total de las piezas dentales pueden causar la alteración de la estructura, forma y función de la cavidad bucal por lo que el diseño de sonrisa va más allá de la estética.

Las caídas, accidentes, deportes de impactos, malos hábitos pueden ocasionar traumatismos dentales. Estos eventos que pueden ser frecuentes debido al ritmo acelerado de vida que llevamos ocasionan que se altere la estética dental.

La estética dental se enmarca en la mejora física y natural de los dientes, el reto de los odontólogos es conseguir los mejores resultados para que la apariencia de los pacientes sea la mejor.

La complejidad de los traumatismos, conlleva a que los pacientes sean sometidos a una evaluación exhaustiva, que ira desde un análisis de su función, forma y por último la estética. Con este diagnóstico el especialista procederá a reconstruir y moldear la estructura dental perdida por el traumatismo. Según el caso, existen varias formas y tratamientos como carillas, resinas adhesivas, coronas completas, remodelación de la encía entre otros.

1.3 Marco Legal

“El **Artículo 276, numeral 2 de la Constitución de la República** establece que el régimen de desarrollo, tiene entre sus objetivos el de construir un sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible, basado en la distribución equitativa de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable” ; (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)

En la Constitución se establece que dentro de los objetivos del estado están los de edificar un sistema integral, tanto político, económico que sea solidario y sostenible en el tiempo, basado en la distribución de los beneficios equitativa para este régimen de desarrollo. Por lo cual el objeto de este estudio se enmarca en el derecho a generar producción y trabajo.

“Art.19.- Derechos de los inversionistas. - Se reconocen los siguientes derechos a los inversionistas:

c. La libertad de importación y exportación de bienes y servicios con excepción de aquellos límites establecidos por la normativa vigente y de acuerdo a lo que establecen los convenios internacionales de los que Ecuador forma parte”. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008)

Este artículo del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones permite y faculta la importación de la resina KERR.

El Comex (Comité de Comercio Exterior) es el organismo intersectorial encargado de las políticas públicas nacionales con lo que respecta a la política comercial, este organismo está conformado por los ministros o delegados del Ministerio de la política de Comercio Exterior, Ministerio de la Política agrícola, industrial, económica, finanzas públicas, Organismo Nacional de Planificación, Servicio de Rentas Internas, Autoridad Aduanera Nacional.

Entre sus competencias más importantes están las siguientes:

- Formular y aprobar las políticas generales y sectoriales de comercio exterior.
- Crear modificar o suprimir tarifas arancelarias.
- Regular, facilitar o restringir la exportación, importación, circulación y transito no nacionales ni nacionalizadas.

- Expedir normas sobre registros, licencias y procedimientos de importación.
- Aprobar contingentes de importación o medidas restrictivas a las operaciones de comercio exterior, cuando exista afectación a la industria local o las circunstancias del país lo requieran.

“Art. 108.- Tributos al Comercio Exterior. - Los tributos al comercio exterior son:

- a. Los derechos arancelarios;
- b. Los impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias, cuyos hechos generadores guarden relación con el ingreso o salida de mercancías; y,
- c. Las tasas por servicios aduaneros.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador mediante resolución creará o suprimirá las tasas por servicios aduaneros, fijará sus tarifas y regulará su cobro.

Los recargos arancelarios y demás gravámenes económicos que se apliquen por concepto de medidas de defensa comercial o de similar naturaleza, no podrán ser considerados como tributos en los términos que establece el presente Código, y por lo tanto no se registrarán por los principios del Derecho Tributario”. (Asamblea Nacional, 2010)

De este artículo del Código de la Producción se tomará en cuenta para valorar cuáles serán los pagos por derechos arancelarios, impuestos y tasas por servicios aduaneros, para poder desaduanizar las importaciones de la Resina KERR.

“Art.111.- Sujetos de la Obligación Tributaria Aduanera.- Son sujetos de la obligación tributaria: el sujeto activo y el sujeto pasivo:

a. Sujeto activo de la obligación tributaria aduanera es el Estado, por intermedio del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

b. Sujeto pasivo de la obligación tributaria aduanera es quien debe satisfacer el respectivo tributo en calidad de contribuyente o responsable.

La persona natural o jurídica que realice exportaciones o importaciones deberá registrarse en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, conforme las disposiciones que expida para el efecto la Directora o el Director General.

En las importaciones, contribuyente es el propietario o consignatario de las mercancías; y, en las exportaciones, contribuyente es el consignante”. (Asamblea Nacional, 2010)

Referente a este artículo del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, la empresa VIALDENTAL CIA. LTDA., cumple con este registro en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por ser importador de insumos y equipos odontológicos.

Del REGLAMENTO AL TITULO DE LA FACILITACION ADUANERA PARA EL COMERCIO, DEL LIBRO V DEL CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES.

“En el **Artículo 63.- Declaración Aduanera.** - La declaración aduanera será presentada de manera electrónica y/o física de acuerdo al procedimiento y al formato establecido por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Una sola Declaración Aduanera, podrá contener las facturas, documentos de transporte de un mismo manifiesto de carga y demás documentos de soporte o de acompañamiento que conformen la importación o exportación, siempre y cuando correspondan a un mismo

declarante y puerto, aeropuerto o paso fronterizo de arribo para las importaciones; y de embarque y destino para las exportaciones.

Los **Artículo 66** contempla el plazo para la presentación de la declaración, en el caso de las importaciones se las hará dentro de los 15 días previo a la llegada del medio de transporte y hasta 30 días calendarios después del arribo. Esta deberá ser presentada física o electrónicamente”. (Presidencia de la República del Ecuador, 2011)

2. Diagnóstico

2.1 Ambiente Externo

Macro Entorno

ANÁLISIS PEST

VIALDENTAL CIA. LTDA., de manera conjunta con sus proveedores, distribuidores, clientes, consumidores y competidores, interactúan en un ambiente dinámico conformado por variables externas e internas que posibilitan tanto oportunidades como amenazas, así como variables internas que establecen el camino para su desarrollo y sostenimiento en el mercado; para efectuar su análisis es preciso abordarlo desde el contexto de varios ambientes:

Entorno Político.

El Ecuador en la actualidad está experimentando cambios a nivel político desde la llegada del nuevo Gobierno de Lenin Moreno de la misma línea de AP, movimiento político que ha gobernado durante la última década, pero con una particularidad que es de Diálogo Nacional incluyendo a todos los sectores que antes se vieron mermados su protagonismo tanto política como económicamente por lo que se avizora una estabilidad en el mediano plazo. La misma que será necesaria para mantener las reglas claras del comercio tanto interno como externo. (El Telégrafo, 2017)

Este cambio positivo - la apertura al diálogo - donde tanto el sector público como el sector privado aunarán esfuerzos para llegar a compromisos compartidos, favorecerá a la producción nacional y a las actividades privadas de todo tipo de industrias.

También un punto favorable para el sector importador fue la caducidad de las salvaguardias (aranceles a las importaciones) lo que incrementa las importaciones. A pesar que el producto que importa la empresa no cuenta con ningún tipo de arancel, lo cual no afecta a la importación de resina Herculite de la KERR.

Entorno económico.

El sector importador de resinas en el Ecuador está conformado por empresas grandes, medianas y pequeñas, por medio de un análisis de las importaciones de resinas en el año 2016 hemos logrado determinar qué empresas tienen mayor participación en el mercado.

La importación de resinas en el Ecuador ha marcado un espacio significativo para el desarrollo del sector odontológico y de manera especial en insumos y materiales, siendo los principales importadores empresas como 3M Ecuador C.A, Depósito Dental Krobalto, Depósito Dental Neo Tec, entre otros, conforme se describe en la siguiente tabla:

Tabla 6

Importaciones de Resina en el año 2016

IMPORTADOR	ENERO		FEBRERO		MARZO	
	PESO NETO	CIF	PESO NETO	CIF	PESO NETO	CIF
	(KG)	(DÓLARES)	(KG)	(DÓLARES)	(KG)	(DÓLARES)
3M ECUADOR C.A.	109.09	35,318.66	605.83	75,361.97	1,874.41	272,595.62
CARDENTAL ECUADOR CIA. LTDA	39.02	5,963.20			47.42	8,625.04
DEPOSITO DENTAL NEO-TEC CIA. LTDA.	495.66	68,914.32	128.84	17,248.42	358.71	48,277.47
DEPOSITO DENTAL KROBALTO C.A.	164.73	17,845.96	4,505.14	153,012.08	197.59	15,070.40
DISTRIDENTAL S.A.	290.69	17,686.52			277.41	4,209.85
PRODONTOMED S.A.	21.50	8,753.43	175.40	9,074.80	245.59	2,186.63
PRODENTEC CIA. LTDA.	53.00	9,969.03	36.93	7,430.53		
RECOR DENTAL Y QUIMEDIC S.A.					5.64	5,574.53
SONRIDENT CIA. LTDA.	66.00	19,854.65	64.50	24,945.49	63.70	15,693.38
VIALDENTAL						
OTROS	97.11	14,931.74	15.28	19,070.25	0.16	161.12
TOTALES	1,336.80	199,237.50	5,531.92	306,143.53	3,070.63	372,394.03

IMPORTADOR	ABRIL		MAYO		JUNIO	
	PESO NETO	CIF	PESO NETO	CIF	PESO NETO	CIF
	(KG)	(DÓLARES)	(KG)	(DÓLARES)	(KG)	(DÓLARES)
3M ECUADOR C.A.	1,027.30	150,153.26	619.62	94,049.33	20.05	3,980.79
CARDENTAL ECUADOR CIA. LTDA			26.45	8,975.53	43.84	8,328.72
DEPOSITO DENTAL NEO-TEC CIA. LTDA.	936.49	115,361.07	900.09	93,041.58		
DEPOSITO DENTAL KROBALTO C.A.	10.79	9,323.50	45.18	46,679.70	2,416.32	116,217.57
DISTRIDENTAL S.A.			286.65	2,943.45		
PRODONTOMED S.A.	165.07	23,919.85			215.00	31,787.31
PRODENTEC CIA. LTDA.	31.00	5,354.95	301.20	50,850.52		
RECOR DENTAL Y QUIMEDIC S.A.	241.50	37,040.43				
SONRIDENT CIA. LTDA.	22.00	12,804.56	45.30	19,202.07	42.00	15,369.95
VIALDENTAL					31.10	6,027.29
OTROS	27.13	14,258.36			18.67	7,554.34
TOTALES	2,461.28	368,215.98	2,224.49	315,742.18	2,786.98	189,265.97

IMPORTADOR	JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE	
	PESO NETO	CIF	PESO NETO	CIF	PESO NETO	CIF
	(KG)	(DÓLARES)	(KG)	(DÓLARES)	(KG)	(DÓLARES)
3M ECUADOR C.A.	116.90	10,345.58	292.43	36,682.57	1,779.37	142,838.13
CARDENTAL ECUADOR CIA. LTDA	27.20	8,136.53	65.40	11,528.26	10.25	1,066.43
DEPOSITO DENTAL NEO-TEC CIA. LTDA.	551.53	51,655.68	656.83	94,272.37	825.56	103,905.39
DEPOSITO DENTAL KROBALTO C.A.	46.18	48,203.16	2,379.96	91,105.75	39.16	31,976.00
DISTRIDENTAL S.A.	64.00	12,636.11			245.42	16,181.52
PRODONTOMED S.A.			529.38	19,537.20	42.17	19,360.12
PRODENTEC CIA. LTDA.	46.20	7,821.02				
RECOR DENTAL Y QUIMEDIC S.A.	22.00	4,074.38	60.66	12,949.24	40.96	10,596.12
SONRIDENT CIA. LTDA.	88.00	26,497.54	50.10	18,612.77	50.00	21,350.83
VIALDENTAL					141.83	18,090.58
OTROS	21.87	6,507.18	72.49	14,293.70	197.22	39,022.01
	983.88	175,877.18	4,107.25	298,981.85	3,371.93	404,387.13

IMPORTADOR	OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE	
	PESO NETO (KG)	CIF (DÓLARES)	PESO NETO (KG)	CIF (DÓLARES)	PESO NETO (KG)	CIF (DÓLARES)
3M ECUADOR C.A.	258,72	8.158,14	1.831,91	182.295,71	3.177,24	560.722,46
CARDENTAL ECUADOR CIA. LTDA					60,52	12.235,37
DEPOSITO DENTAL NEO-TEC CIA. LTDA.	663,05	35.042,59	403,41	57.465,11	41,68	1.798,16
DEPOSITO DENTAL KROBALTO C.A.	2.517,35	107.066,18	2.208,21	69.441,99	87,99	10.763,76
DISTRIDENTAL S.A.	93,75	22.058,54	342,40	23.218,14		
PRODONTOMED S.A.	35,05	15.474,35	260,77	36.685,54	347,98	3.192,15
PRODENTEC CIA. LTDA.						
RECOR DENTAL Y QUIMEDIC S.A.			112,04	21.096,07		
SONRIDENT CIA. LTDA.	114,00	35.379,66	32,00	13.042,03		
VIALDENTAL			204,05	24.626,74		
OTROS	30,58	9.380,86	234,26	33.890,04	188,90	16.378,67
	3.712,49	232.560,32	5.629,05	461.761,37	3.904,31	605.090,57

Fuente: SENAE Ecuador.

Elaborado por: El autor.

A continuación, se detalla las importaciones consolidadas para el año 2016 por las distintas empresas importadoras:

Tabla 7

Cuadro de Importadores de Resina en el Ecuador (2016)

Posición	EMPRESA	PESO NETO (KG)	CIF (DÓLARES)
1	3M ECUADOR C.A.	11.712,86	1.572.502,22
2	DEPOSITO DENTAL KROBALTO C.A.	14.618,59	716.706,04
3	DEPOSITO DENTAL NEO-TEC CIA. LTDA.	5.961,86	686.982,15
4	SONRIDENT CIA. LTDA.	637,60	222.752,93
5	OTROS	903,67	175.448,27
6	PRODONTOMED S.A.	2.037,91	169.971,37
7	DISTRIDENTAL S.A.	1.600,32	98.934,13
8	RECOR DENTAL Y QUIMEDIC S.A.	482,80	91.330,77
9	PRODENTEC CIA. LTDA.	468,33	81.426,05
10	CARDENTAL ECUADOR CIA. LTDA	320,10	64.859,08
11	VIALDENTAL	376,98	48.744,61
	TOTAL	39.121,02	3.929.657,61

Fuente: SENAE Ecuador.

Elaborado por: El autor.

Del estudio de las importaciones de resinas en el año 2016, podemos determinar que la empresa 3M Ecuador C.A. fue la mayor importadora de resinas, con un volumen total de 11.712,86 Kg a un precio CIF de \$ 1.572.502,22

Las importaciones totales de resinas en el año fueron de 39.121,02 kg y el total de importaciones del año 2016 en valores CIF fue de \$ 3.929.657,61

VIALDENTAL CIA. LTDA, se encuentra ubicado en el 11avo lugar de los importadores de resina con un total de 376,98 Kg de volumen de importación a un valor CIF de \$ 48.744,61.

Entorno tecnológico.

(Artículo EVOLUCION Y TENDENCIAS ACTUALES EN RESINAS COMPUESTAS) (Autores: Rodríguez G. Douglas R. y Pereira S. Natalie A.)

Conforme lo exponen los autores (Rodríguez G. & Pereira S., 2008, pág. disponible en internet) “La aparición de las resinas compuestas tuvo sus inicios durante la primera mitad del

siglo XX. En ese entonces los silicatos eran los únicos materiales que tenían color del diente y podían ser utilizados para la restauración estética.

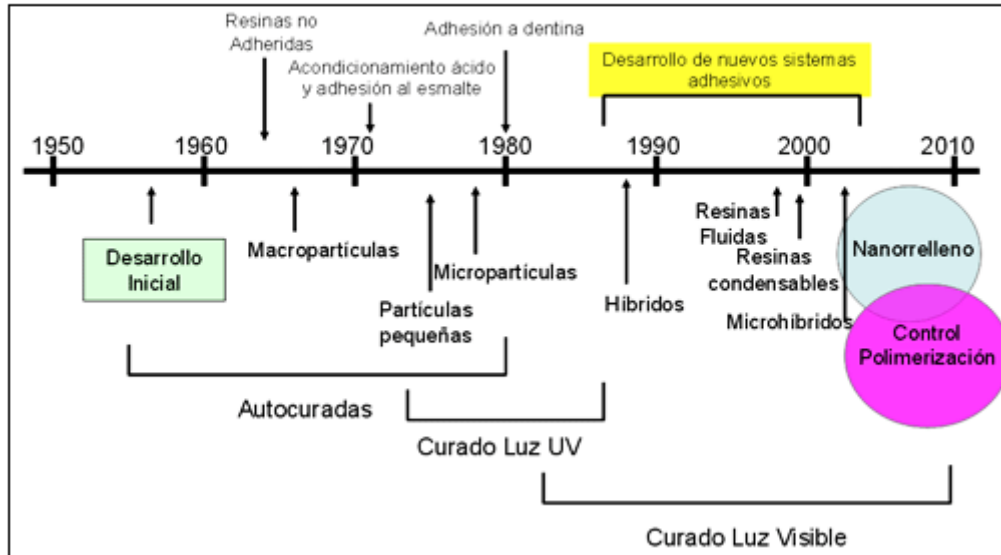
Dichos materiales tenían varias desventajas siendo la principal el desgaste al poco tiempo de ser colocados. A finales de los años 40 las resinas acrílicas de polimetilmetacrilato (PMMA) fueron reemplazaron a los silicatos. Estas resinas se parecían en color a los dientes, eran insolubles a los fluidos orales, fáciles de manipular y bajo costo, pero lamentablemente estas resinas acrílicas eran de baja resistencia al desgaste y contracción de polimerización muy elevada y en consecuencia mucha filtración marginal.

En 1962 empieza la era de las resinas modernas el Dr. Ray L. Bowen desarrollo un nuevo tipo de resina compuesta. La principal innovación fue la matriz de resina de Bisfenol-A-Glicidil Metacrilato (Bis-GMA) y un agente de acoplamiento o silano entre la matriz de resina y las partículas de relleno. Desde ese entonces las resinas han experimentado muchos avances y su futuro es aún más prometedor. Ya que se siguen investigando nuevos materiales que mejorarían cada vez sus desventajas, sobre todo para resolver la contracción de polimerización y el estrés asociado a esta”.

Ilustración 1

Cronología del Desarrollo de las Resinas

Cronología del desarrollo de las resinas compuestas de acuerdo a las partículas, sistemas de polimerización y tecnología adhesiva disponible. (Adaptado de Bayne S. 2005)



Fuente: Evolución y tendencias actuales en resinas compuestas (Rodríguez G. & Pereira S., 2008)

El desarrollo de las resinas data de un periodo aproximado de 50 años, desde sus inicios entre los años 50 del siglo pasado con el aporte de las micropartículas conocidas como las autocuradas, hasta mediados de la década de los 70 apareciendo la micropartículas como un nuevo aporte en materia de tecnología con el curado de luz UV que marco un verdadero cambio en el sistema de resinas hasta finales de los 90. A partir de los últimos años de la década de los 90 se inicia la incorporación de los híbridos y el curado con luz UV visible y en las postrimerías del siglo 20 tenemos las resinas fluidas y resinas condensables sumado a esto los microhíbridos para finalmente en la década de 2000 al 2010 se incorporan el Nanorelleno como innovación.

“Los adelantos tecnológicos en la odontología restauradora precisamente con las resinas compuestas, ha sido una de las contribuciones más significativas para la odontología en los últimos veinte años. Las ventajas de esta técnica de restauraciones adheridas a la estructura dental, incluyen conservación de tejido dental sano, reducción de la micro filtración, prevención

de la sensibilidad postoperatoria, refuerzo de la estructura dental y la transmisión /distribución de las fuerzas masticadoras a través de la interfase adhesiva del diente”. (Rodríguez G. & Pereira S., 2008)

“En la actualidad, las mejoras en las formulaciones, el desarrollo de nuevas técnicas de colocación y la optimización de sus propiedades físicas y mecánicas han hecho que la restauración de la resina compuesta sea más fiable y predecible, sus grandes posibilidades estéticas le brindan variadas indicaciones terapéuticas gracias a la gran versatilidad de presentaciones que ofrecen. Además, el futuro de las resinas compuestas está marcado por cambios en la formulación química de sistemas convencionales mediante hibridación molecular o el desarrollo de nuevos monómeros y / o copolímeros; Siendo una solución a los inconvenientes presentados hoy por tales materiales, entre ellos: contracción de polimerización, tensión de contracción, estabilidad de color, grado de conversión, sus propiedades físicas, mecánicas, radiológicas, estéticas y de biocompatibilidad”. (Rodríguez G. & Pereira S., 2008)

Entorno socio cultural.

En el entorno social la aparición de nuevos e innovadores materiales sintéticos en particular las resinas compuestas para su uso en el campo odontológico han ido cambiando la cultura de las personas ya que se ven atraídas a utilizar estos nuevos materiales que tienen excelentes propiedades estéticas.

En la parte estética las resinas compuestas aportan en la realización de carillas dentales, es decir revestimiento de los dientes para fines reconstructivos y/o estéticos han tenido gran acogida en el mercado ecuatoriano lo que ha generado que el aumento en las consultas al odontólogo sea por este tipo de tratamiento.

Nuestra sociedad por medio de la globalización, marketing y los estándares de belleza tanto física y ahora también dental, está generando un cambio cultural en donde la apariencia es muy importante, sinónimo de salud y belleza. Además, que al ser productos con alta demanda hacen que sean de fácil acceso y su importación por lo tanto factible. (El Comercio, 2016)

Micro Entorno

FUERZAS DE PORTER

Para su estudio se utilizan las cinco fuerzas de Michael Porter: Mercado, clientes, competencia, productos y proveedores; para el desarrollo de una “estrategia competitiva” que le ayude a competir efectivamente con sus rivales y asegure una posición beneficiosa en el mercado.

- **Mercado**

Para analizar la rivalidad de la industria debe entenderse el mercado, que se define para la importación y comercialización de resina Herculite, como mercado de competencia perfecta o de libre competencia. Debido al entorno actual del Ecuador, se da una importancia prioritaria a la apertura comercial y al intercambio global, la cual, se ha constituido en pilar del crecimiento económico, con una nueva cosmovisión de la realidad global, dando especial atención a la libre competencia; es así que, para el autor (Pinkas, 2002), la Libre Competencia en la importación y comercialización de resina surge de la imperiosa necesidad de proporcionar normas que permitan controlar a los ofertantes de este producto, para un buen funcionamiento de la concurrencia en el mercado, manteniendo el equilibrio de las fuerzas intervinientes tanto de oferta como de demanda.

Barreras de entrada al mercado de comercialización de resina

Las políticas gubernamentales limitan, o hasta en determinados momentos impiden la entrada de competidores nuevos expidiendo normas, leyes y requisitos específicos para determinados productos como la resina que debe adaptarse a las exigencias propias del mercado ecuatoriano con normas sobre el control del medio ambiente, requisitos de calidad y seguridad que exigen grandes inversiones de capital y que además alertan a las compañías existentes sobre la llegada o las intenciones de potenciales competidores, pese a la tendencia mundial actual, a la desregularización, a la eliminación de subsidios, de barreras arancelarias y no arancelarias, y a la participación conjunta, que fue implementada a finales de mayo del presente año.

Otra barrera de entrada constituye el registro sanitario como un requisito regulatorio existente, bajo diversas figuras, desde 1937 en el Ecuador, que no se ha adecuado a las tendencias mundiales a pesar de la nueva realidad de globalización, lo que implica que la resina importada tiene que adaptar sus declaraciones a lo que pide el país, no se puede homologar, porque los requisitos son exigidos según los procedimientos ecuatorianos.

La siguiente tabla sintetiza la estructura del mercado de la resina.

Tabla 8

Estructura de Mercado de la Resina

COMPETENCIA PERFECTA			
MERCADO	CARACTERISTICA	VENEDORES	COMPRADORES
Libre competencia	Existen muchas empresas que se dedican a brindar el mismo producto y/o servicios, en este caso en la comercialización de resina dental, existe la libertad para producir, vender o comprar.	Hay muchos vendedores de productos, servicios similares, que pueden ser productos sustitutos, todo depende de la capacidad que tengan para sortear las barreras de entrada de tipo normativo.	Existen muchos compradores del mismo producto y/o servicio. En este caso los consumidores o compradores son los odontólogos que deciden la compra para brindar un mejor servicio a sus pacientes.

Elaborado por: El autor

- **Clientes**

Para analizar la variable clientes, es importante definir que el producto va dirigido hacia profesionales en odontología u odontólogos, conjuntamente en centros de intervención odontológica o establecimientos odontológicos. De acuerdo con las cifras emitidas por el INEC, hasta el 2014 había 743 profesionales odontólogos, en la provincia de Pichincha con una tasa de: 2,57 odontólogos por cada 10000 habitantes, registrando para el 2014, 592 establecimientos médicos para la provincia, de los cuales 252 establecimientos son considerados centros de salud sin internación, 155 subcentros y 49 dispensarios médicos, entre los que se considerarían los que cuentan con servicios de odontología. (Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, 2015)

Tabla 9

Odontólogos en la provincia de Pichincha, INEC 2014

Odontólogos Total Pichincha	743
Odontólogos generales	570
Cirujanos maxilofaciales	22
Implantólogos	3
Odontopediatras	8
Endodoncistas	13
Periodoncistas	6
Ortodoncistas	14
Rehabilitadores orales	12
Exodoncistas	1
Otros	8
Odontólogos rurales	86

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, 2015)

Se definen dos tipos de clientes para la resina Herculite, que están dispersos en clientes profesionales en odontología o médicos odontólogos que requieren de esta materia prima para prestar sus servicios a pacientes como consumidores finales en tratamientos odontológicos de diversa índole que requieren el uso de la resina.

Por otro lado, los clientes corporativos o establecimientos que cuentan con los servicios de odontología, de naturaleza pública o privada mantendrán un tipo distinto de negociación, ya sea en volúmenes y en formas de negociación.

Poder de negociación de los clientes

La capacidad de negociación de los clientes de Resina Herculite, está definido de manera específica en el tipo de cliente; es así como, el cliente profesional, odontólogo, mantiene un nivel menor de capacidad de negociación, considerando que basándose en sus niveles de

requerimiento y compra del producto restringe su capacidad de negociación a las condiciones que establece el distribuidor de este insumo como es el:

- Kit de resina Herculite Precis Kerr x 5 jeringas.
- Repuesto de resina Herculite Kerr A1, A2, A3, A3.5, B1.

Las condiciones de compra se establecen en función de: Frecuencias de compra, volúmenes de compra, formas de pago y en otras características que permiten alcanzar condiciones favorables en la negociación, de manera específica en los precios.

El poder de negociación de los clientes corporativos está definido específicamente por su capacidad de compra en volúmenes y del sector; es así como, en cuanto al sector público o de establecimientos públicos, el sistema de negociación se maneja a través del portal de compras públicas, sistema que establece parámetros y condiciones para la adquisición, al cual debe someterse el distribuidor o importador del producto.

En lo que a clientes corporativos privados corresponde, este mantiene un poder de negociación específicamente con relación a sus volúmenes de compra y condiciones de pago, lo cual le garantiza alcanzar mejores condiciones en cuanto a precios, descuentos y facilidades de pago.

Las personas en la actualidad no solo buscan un vendedor, necesitan asesoría profesional para realizar una compra, los clientes que compran este tipo de productos son exigentes y saben lo que quieren, esto obliga a la empresa a brindar un mejor servicio.

- **Proveedores**

Poder para realizar la negociación

Para establecer los proveedores de este producto, es necesario identificar al fabricante de la Resina Herculite. Kerr Corporation, fabricante de productos odontológicos de consumo, con su planta en USA, Europa y Brasil, desde 1891, viene desarrollando y fabricando varios de los productos utilizados en procedimientos odontológicos, maneja una red de distribuidores exclusivos con formación, soporte técnico y compromiso de innovación, se ha enfocado en materiales para prótesis y estética.

Al ser una empresa la productora de este tipo de resina especializada, Kerr Corporation mantiene una capacidad de negociación sumamente alta, considerando que maneja una red de distribuidores de alta connotación; además debido a las condiciones propias de la negociación en el comercio internacional las formas de pago y los precios se centran específicamente en las condiciones del fabricante.

- **Competencia**

Entre las empresas que ofrecen los mismos tipos de resina como competidores directos, podemos citar:

Tabla 10

Casas Comerciales con mayor volumen de ventas en la provincia de Pichincha,

INEC 2014

Prodontomed	Empresa del sector salud dedicada al comercio por mayor de instrumentos, materiales, equipos e insumos dentales. Ingresos: \$11,076,335 Utilidad: \$188,449 Impuesto a la renta: \$38,631 Posicionada en Pichincha, Tungurahua, Guayas e Imbabura.
Depósito Dental Krobalto	Empresa importadora de equipos e insumos odontológicos de Europa, EE. UU., Brasil, China, Japón, respalda con servicio técnico y asesoría especializada. Ingresos: \$3,905,043 Utilidad: \$248,159 Impuestos: \$47,082
Depósito Dental Neo Tec Cia. Ltda.	Importación y comercialización de materiales, instrumentales, equipamiento e insumos descartables de uso odontológico, experiencia de 30 años, oferta más de 2000 productos diferentes. Tiene capacidad de importar el 98% de los productos que comercializa. Ingresos: \$5,246,067 Utilidad (2015): \$388,254 Impuesto a la renta: \$56,103
Recor Dental y Quimedica	Importador de insumos y equipos odontológicos con experiencia desde 1970 dentro del campo odontológico, médico, laboratorio clínico e industrial. Tiene presencia en Quito, Guayaquil y Cuenca.
Distridental	Distribuidor de materiales y equipos odontológicos. Tiene 15 años de experiencia con presencia en Guayas y Pichincha.
Prodentec (Producción Dental Ecuatoriana)	Importador de insumos odontológicos en Pichincha y Azuay.
Cardental	Importador de Suministros dentales, distribuidor exclusivo de Ultradent Products Inc., empresa líder mundial en el desarrollo de bio-materiales de alta tecnología.

Elaborado por: El autor

Son considerados como competidores directos ya que como se desprende de su línea de acción son importadores de suministros, equipos e insumos odontológicos de manera específica de resina, quienes la comercializan en las principales ciudades del país, como Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato e Ibarra, como centros de distribución.

En el análisis de la competencia directa se tomó en cuenta a empresas que tienen un nivel de posicionamiento y reconocimiento en el mercado, además de contar con sucursales en el mismo sector comercial en el cual la empresa tiene sus puntos de venta.

Competencia indirecta

Se considera competencia indirecta para la empresa, a los centros o depósitos dentales que entregan productos similares o que en determinados momentos pueden ser considerados como sustitutos existentes en los sectores aledaños a la Universidad Central.

Tabla 11

Distribuidores de Productos Odontológicos

Dentales Pablo Hermán S.A.	Versalles N21-276 Y San Gregorio Quito, Ecuador Tel: (593) (2) 2550608	Insumos y suministros dentales.
Depósito Dental Acosta Cia. Ltda.	9 de octubre N22-106 Y Ramírez Dávalos Quito, Ecuador Tel: (593) (2) 2549888	Insumos, materiales y equipos dentales.
Depósito Dental Vargas Arboleda	Versalles N21-298 Y San Gregorio, Local 3 Quito, Ecuador Pbx: (593) (2) 2521702	Insumos dentales.
Sumedent Suministros Médicos Y Dentales Cia.Ltda.	Av. de los Shyris N 42-66 Y Pasaje. Marsella Quito, Ecuador	Suministros y equipos médicos y odontológicos amalgamas.

	Tel: (593) (2) 2265728	
Dental Altamirano	Versalles N21-137 Y Av. Pérez Guerrero Quito, Ecuador Tel: (593) (2) 2549967	Insumos odontológicos y amalgamas.

Elaborado por: El autor

Estos competidores si bien comercializan suministros e insumos odontológicos su enfoque principal se direcciona hacia productos tradicionales como la amalgama y empastes compuestos de resina como materiales de color natural de los dientes, empastes dentales tradicionales como los hechos de amalgama metálica.

Rivalidad entre los competidores actuales

La rivalidad del sector de distribuidores e importadores de suministros dentales, especialmente de la resina, se caracteriza en gran parte por las estrategias de los principales competidores y por la intensidad que las empresas utilizan en su capacidad de comercialización, para generar una ventaja competitiva, lo que intensifica la presión por parte de los rivales. Por esto es importante para VIALDENTAL CIA. LTDA. identificar el tipo de competencia que existe en el sector.

Análisis de la competencia a través de la matriz de perfil competitivo

Para la elaboración de la matriz de perfil competitivo, se identifican las ventajas competitivas y las desventajas que poseen las empresas de la competencia.

Tabla 12
Análisis de la competencia

Indicador	Pond eraci ón	Valor pondera ción	Prodont omed \$11,076, 335	Valor ponder ación	Depósito Dental Krobalto \$3,905,04 3	Valor ponder ación	Depósito Dental Neo Tec Cia. Ltda. \$5,246,06 7	Valo r pon dera ción	Vialdental \$2,525,687, 69
Experiencia	0,15	3	0,45	3	0,45	4	0,6	3	0,45
Servicio	0,25	4	1	4	1	3	0,75	3	0,75
Capacidad	0,15	5	0,75	3	0,45	2	0,3	2	0,3
Ingresos Posicionamien to	0,2	5	1	3	0,6	4	0,8	2	0,4
Portafolio	0,25	3	0,75	2	0,5	3	0,75	3	0,75
TOTAL	1		3,95		3		3,2		2,65

Elaborado por: El autor

Las empresas que fueron tomadas en cuenta para el análisis del perfil competitivo, son consideradas por su importancia en el mercado de comercialización de insumos odontológicos y quienes distribuyen e importan la resina, manteniendo una clara ventaja competitiva la empresa Prodontomed S.A, gracias al nivel de participación que tiene en el mercado, que cerró con ventas superiores a \$ 11 millones de dólares en el 2015, seguida por Neo Nec, como Depósito Dental con ventas superiores a los \$ 5 millones, sumado al nivel de experiencia que data de 30 años en el mercado de insumos y equipos. VIALDENTAL CIA. LTDA. Mantiene una posición por debajo de los 3 puntos debido a su nivel de ventas, lo que le marca el nivel de posicionamiento que marca el reto de establecer una estrategia de posicionamiento mediante la importación de su nuevo producto.

- **Producto**

Es preciso identificar las diversas características y condiciones de la resina Herculite, como insumo odontológico que se describe en la ficha técnica de la empresa fabricante: (Kerr Corporation, 2016).

“Herculite Précis, es una matriz de resina optimizada, funciona en armonía con el relleno patentado de 0.4 micras de Kerr, - como se hace evidente en nuestras resinas Point 4™ y Premise™ - y la nanotecnología para crear la resina ideal. Los tres rellenos: relleno prepolimerizado (PPF), nanopartículas (de 20 a 50 nm) y relleno híbrido submicrónico (0.4 micras), trabajan juntos para lograr estética y duración. La matriz de resina Herculite está optimizada para un manejo cremoso y fácil de esculpir.

Tecnología del Relleno

- Relleno Prepolimerizado (PPF)
- Se combinan una resina de baja contracción, vidrio de bario y nanopartículas, que lo convierten en un material que tiene el tamaño ideal para incrementar la carga de relleno, de modo que el desprendimiento de partículas o desgaste natural no representa ningún problema.
- Nanorrelleno de sílica (20 – 50 nm)
- Relleno de vidrio de bario de 0.4 nm tamaño promedio.

Ventajas:

- Excelente translucidez para un mejor efecto camaleónico.
- Se puede pulir fácilmente.
- Retención del pulido superior.
- Mejores características para un manejo óptimo.
- Menor contracción de polimerización.

- Eficacia clínica comprobada.
- Colores idénticos a la guía VITA y estabilidad de color”.

Tabla 13

Propiedades de la Resina Herculite de la Kerr

Propiedad Física	Valor
“Carga de vidrio por peso (%)	78
Resistencia a la Flexión (MPa)	135
Módulo Flexural (MPa)	9400
Resistencia a la Compresión (MPa)	462
Contracción Volumétrica (%)	2.7
Brillo de 60 Grados (Leco)	41
Brillo de 60 Grados (Cepillo de Dientes)	52
Radiopacidad (% de Aluminio)	250"

Fuente: Kerr Corporation

Elaborado por: El autor

Kit 34356 - Herculite Précis Kit Surtido - Latinoamérica

Contiene: 1 Jeringa (4 g) de cada una, de A1, A3 Esmalte, A2,

Dentina; 2 Jeringas de A2 (4 g cada una) Esmalte y (2) Gel Grabador (3 g cada uno); 1 OptiBond S (botella de 6 ml) y accesorios

Finalmente, de la ficha se desprende que el producto permite un manejo óptimo con facilidad de colocación, al tener la característica de evitar el escurrimiento, permite la maleabilidad para el pulido de larga duración, debido a que mantiene un lustre de larga duración, cuenta con una tecnología estándar de oro, la resina Herculite posee cualidades especiales hacia el desgaste y su armonía de apariencia.

Productos sustitutos

Se consideran productos sustitutos aquellos que brindan una capacidad de reemplazar a la resina Herculite, al prestar el servicio en sistemas de curado y atención odontológica, aun cuando presenten ventajas y desventajas como se las describe a continuación:

Tabla 14

Productos Sustitutos de las Resinas

TIPO DE PRODUCTO	VENTAJA	DESVENTAJA	MODELO
Amalgama “Es un material de restauración utilizado en odontología, con frecuencia se utiliza para restaurar dientes con caries y resulta de la aleación del mercurio con otros metales, como cobre, zinc, plata, estaño u oro y otras clases de metales.”	Mantenimiento de la forma. Resistencia a la absorción. Adaptación correcta a las paredes.	Micro filtración inicial. Tóxico por el mercurio. Falta de adhesión a la resistencia. No estético. Solo uso en piezas posteriores.	Amalcap Plus (Ivoclar Vivadent). Amalgama 1 y 2 dosis con mercurio (KERR). Amalgama en polvo (VOCO). Amalgama en polvo (KERR).
Acrílico o resina Acrílica. El acrílico es una sustancia química soluble en agua y otros disolventes polares y no polares su ácido tiene una	Son económicas, insolubles y biocompatibles. No se requiere equipo sofisticado para su manipulación. Variedad de colores y tejidos.	Su durabilidad es menor al del esmalte del diente. Altera las dimensiones (medidas) de prótesis. Existe riesgo de cultivación de hongos dentales (moniliasis).	Acrílico (Veracril) Acrílico (Major repray) Resina Acrílica (Nic Tone).

propiedad de poder polimerizarse. Está compuesto por fibras materiales plásticos que se produce por oxidación de acroleína.	Fácil manejo.	No es estético. No es 100% adaptable en piezas individuales.	
---	---------------	--	--

Elaborado por: El autor

2.2 Ambiente Interno

Cultura Organizacional

Visión

Ser una empresa rentable generadora de empleo y número uno en el Ecuador en la comercialización de productos dentales.

Misión

Posicionar nuestra marca a nivel nacional, ofreciendo productos de calidad, con un servicio diferenciado.

Valores

- Servicio.
- Respeto.
- Eficacia y Eficiencia.

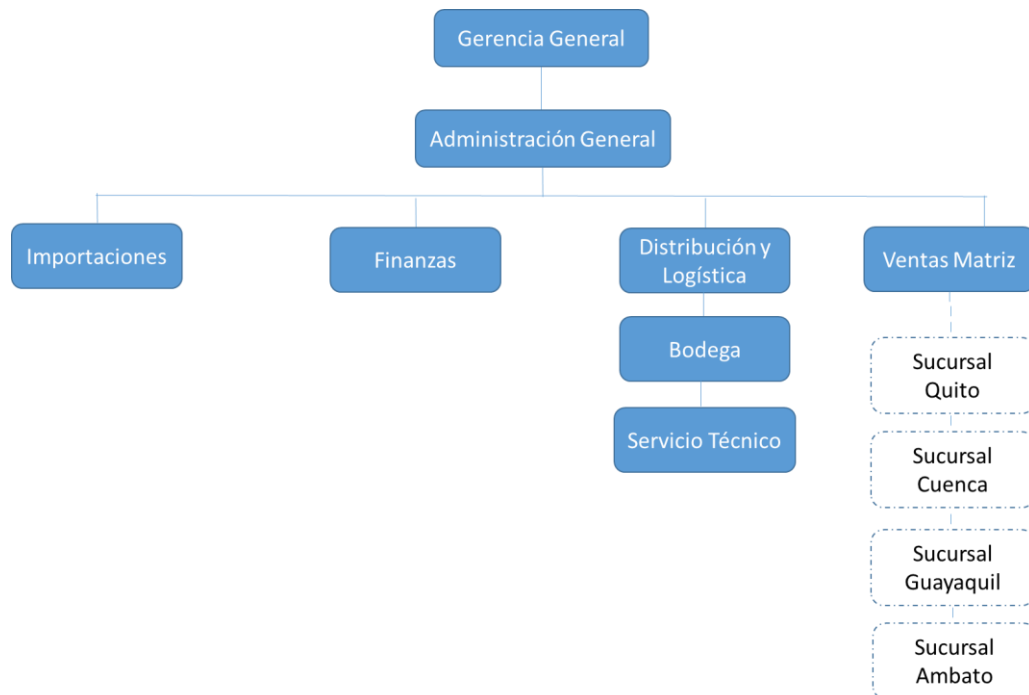
- Puntualidad.
- Responsabilidad.
- Calidad.

Estructura Organizacional

A continuación, se presenta el organigrama estructural y funcional de la empresa VIALDENTAL CIA. LTDA.

Ilustración 2

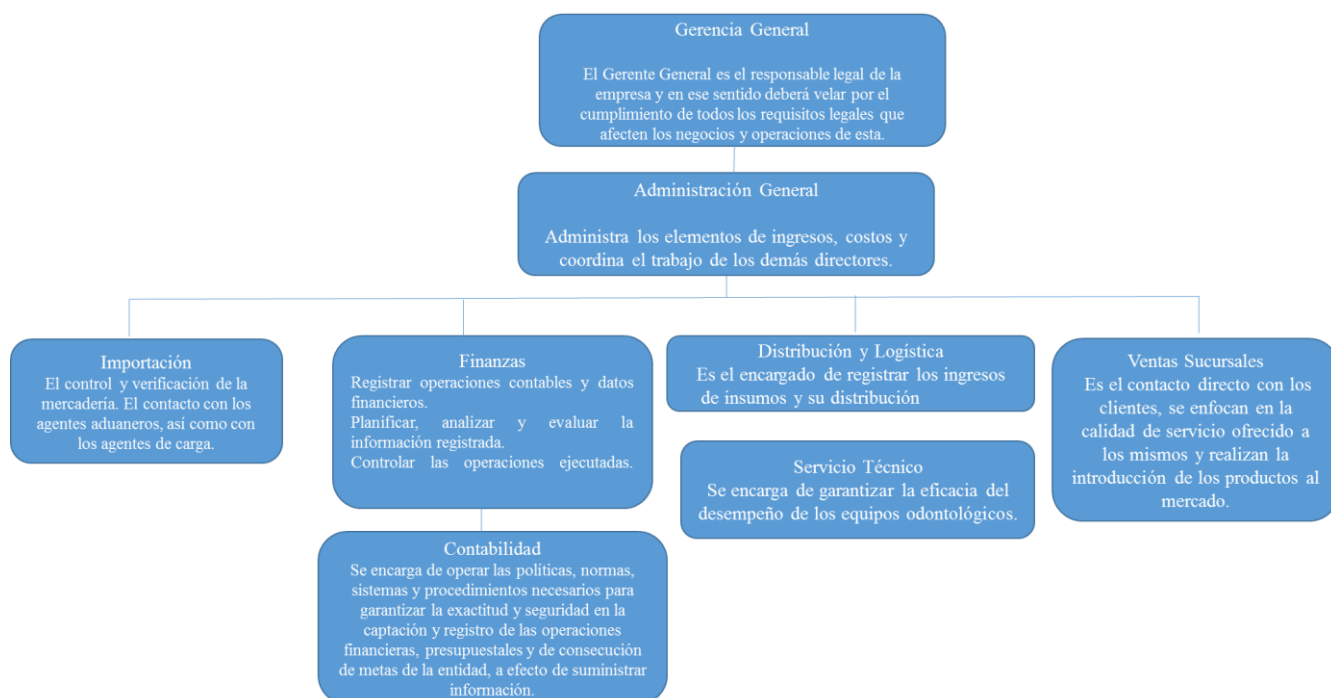
Organigrama Estructural VIALDENTAL CIA. LTDA.



Fuente: VIALDENTAL CIA. LTDA.
Elaborado por: El autor

Ilustración 3

Organigrama Funcional de VIALDENTAL CIA. LTDA.



Fuente: VIALDENTAL CIA. LTDA.

Elaborado por: El autor

Logotipo

Ilustración 4

Logotipo de VIALDENTAL CIA. LTDA.



Filosofía:

Somos una empresa orientada a la importación, distribución y comercialización de instrumental, insumos y equipos odontológicos a nivel nacional. Damos soporte técnico, capacitación y entrega a domicilio.

Recursos de VIALDENTAL CIA. LTDA.

Humanos: La articulación del sistema basado en resultados está enfocado hacia mantener trabajo en equipo a pesar de ser un sistema informal, con la particularidad de no contar con manuales y procesos documentados y funciones establecidas a través de manuales, los colaboradores si conocen claramente el nivel de importancia en el cumplimiento de los objetivos.

El conocimiento del talento humano se basa en su formación con niveles que van desde el medio o bachillerato hasta formación superior de tercer y cuarto nivel que se constituye en una fortaleza significativa. Es importante identificar que la zona de confort, es una de las líneas muy vulnerables que en determinados momentos inducen a que el personal especialmente de la Matriz se mantenga en los resultados obtenidos lo que ha motivado una reestructuración de sistemas especialmente de comercialización.

El nivel de rotación del talento humano es bajo lo que muestra una interiorización y pertenencia en la organización, no se considera al talento humano como un recurso dentro de la organización sino como un equipo.

Cada funcionario cuenta con destrezas y habilidades propias para el desarrollo de sus actividades, que al no existir definidos procesos específicos la comunicación con el talento humano se considera como informal, las competencias emprendedoras están cimentadas con mayor influencia en el equipo de dirección más que en el talento humano que espera siempre se le direcciona lo que debe hacer sin tomar la iniciativa hacia emprender nuevas soluciones a su trabajo. Lo que mueve constantemente al talento humano es la motivación económica.

Financieros: Las finanzas de la empresa provienen de la comercialización de insumos, materiales, instrumental y equipos odontológicos en el mercado nacional, a través de las ventas que realiza la Matriz al sector público y privado gracias a sus cuatro sucursales ubicadas en Quito, Cuenca, Guayaquil y Ambato.

La empresa dispone de recursos económicos registrando para el 2016 un activo de \$1.091.711,29 que determina su capacidad de operación. Por disposición legal se maneja un sistema contable que permite mantener un control, no se maneja de manera profunda indicadores financieros y de gestión que potencien su beneficio en la toma de decisiones. Se carece de una planificación financiera específica y detallada, el manejo del flujo de efectivo se lo hace en base a criterios de disponibilidad no sobre una base de planificación específica de inversión y fuentes y usos. El manejo de inventarios se lo hace a través de rotación por experiencia sin contar con criterios de rotación por montos económicos y comportamientos de líneas con una rotación de 145.37 días en promedio es decir rota 2.1 veces al año. El control de costos y gastos se los hace con criterios de experiencia. La aplicación de normas tributarias están enmarcadas en los parámetros de disposición legal, no se maneja criterios de retorno de la inversión sino aquellos que devienen de la experticia de la Gerencia.

Tecnológicos: VIALDENTAL CIA. LTDA, es una empresa emprendedora que cuenta con tecnología para la realización de cada uno de los servicios que presta, también posee un sistema llamado SBS (Solution Business System) con el cual se realiza la mayoría de las transacciones de la empresa tales como: Facturación, contabilidad, inventarios, notas de crédito, costeo de productos, arqueo de caja, pago a proveedores, costos de importaciones y compras nacionales, entre otros para el correcto manejo de la empresa.

A continuación, se presenta la Cadena de Valor de VIALDENTAL CIA. LTDA.

Ilustración 5

Cadena de valor de VIALDENTAL CIA. LTDA.



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Autor

3. Investigación de Campo

1.1 Elaboración de Instrumento de Investigación

Entrevista

Entrevista al Gerente General y Jefe Financiero de VIALDENTAL CIA. LTDA.

1. ¿Cuál es el impacto que ha experimentado su empresa con la importación de resina Herculite de la Kerr sobre las ventas en al año 2016?
2. ¿Cuál es el costo-beneficio de importar resina frente a otros productos que importa VIALDENTAL CIA. LTDA.?

3.2 Recolección de Datos

En la investigación se realizó una comparación entre la investigación documental, por medio del análisis de datos históricos de la importación de resina Herculite y el impacto en las ventas de VIALDENTAL CIA. LTDA. en el periodo 2016, utilizando técnicas de observación directa y posteriormente, se realizó la entrevista al Gerente General, Jefe Financiero, Asistente Financiero, Jefe de Importaciones y Asistente de Importaciones, tomando en cuenta el objeto de estudio y los objetivos del mismo.

3.3 Procesamiento, análisis e interpretación

La entrevista fue realizada a los funcionarios de VIALDENTAL CIA. LTDA, de estas se pudo obtener una retroalimentación honesta y veraz acerca del punto de vista de las personas entrevistadas.

Según el departamento financiero el impacto que ha experimentado la empresa VIALDENTAL CIA. LTDA. con la importación de resina Herculite de la Kerr sobre las ventas en el 2016 ha sido muy positivo, ya que se pudo satisfacer la demanda existente tanto en el sector público como privado, así como también la introducción de un producto de altos estándares de calidad a nivel mundial como lo es la resina Herculite en cuanto a la gama de resinas manejado por los profesionales odontológicos.

El beneficio de la importación de la resina Herculite es que genera una mayor rentabilidad en comparación a la mayoría de los productos importados por VIALDENTAL CIA. LTDA., donde se margina un 35% de utilidad para los demás productos mientras que en la resina Herculite se tiene un 65% de margen de utilidad.

Para el Jefe de Importaciones una de las ventajas más notorias es que se ha podido incrementar el portafolio de productos de la empresa gracias a la importación y distribución de la Resina Herculite de la marca Kerr. En las ventas se ha notado un crecimiento ya que había un rubro inexistente, evidenciado en el cuadro de importaciones realizadas en el año 2016.

El crecimiento visible de las ventas también es producido por el trabajo realizado en las diferentes sucursales, logrando satisfacer las necesidades de la población odontológica, ofreciendo un producto de calidad a un costo accesible, siendo de suma importancia para la empresa por las necesidades y demanda de los profesionales hacia este producto.

En cuanto al costo / beneficio de importar resina Herculite versus importar otros productos, el costo es que se requiere una inversión considerable por el manejo de volúmenes de compra de este tipo de producto para satisfacer la demanda, bajar los costos de importación y a su vez ser más competitivos en el mercado.

La resina Herculite y su importación nos ayudan para la inclusión de más productos destacados de la línea Kerr, mejorando el posicionamiento de la marca y cubriendo las necesidades de los odontólogos.

En la visión del Gerente General, la importación de la resina Herculite se convertirá en un referente para nuevos objetivos y metas de la empresa, ya que al contar con un producto de excelente calidad, de marca reconocida y ya posicionada en el mercado americano y europeo, encaminara a la empresa a un futuro donde se vislumbra importar nuevos productos de la misma línea KERR, pero se tendrá que considerar nuevos retos en el área de comercialización para que el producto sea introducido en el mercado odontológico ecuatoriano.

Las ideas obtenidas en el desarrollo de la entrevista, permitió identificar los principales retos y desafíos de VIALDENTAL CIA. LTDA:

Ilustración 6

Principales resultados de las entrevistas



Se recomienda continuar con el proceso de importación de Resina Herculite de la Kerr y seguir aumentando la participación en el mercado ya que es un producto muy atractivo.



Se debe buscar mejorar los costos y gastos de importación para ser más competitivos y obtener mayor utilidad.



Se sugiere incluir otros productos de la línea Kerr para aumentar el portafolio de Vialdental Cia Ltda. en más productos de la marca para mejorar el posicionamiento.



Se debe apuntar a ser líderes en el mercado en la comercialización de insumos odontológicos gracias a la oferta de los mejores productos a nivel mundial como lo es la Resina Herculite a precios muy competitivos.

Elaborado por: El autor.

CAPÍTULO III

VALIDACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

1. Resumen de observación

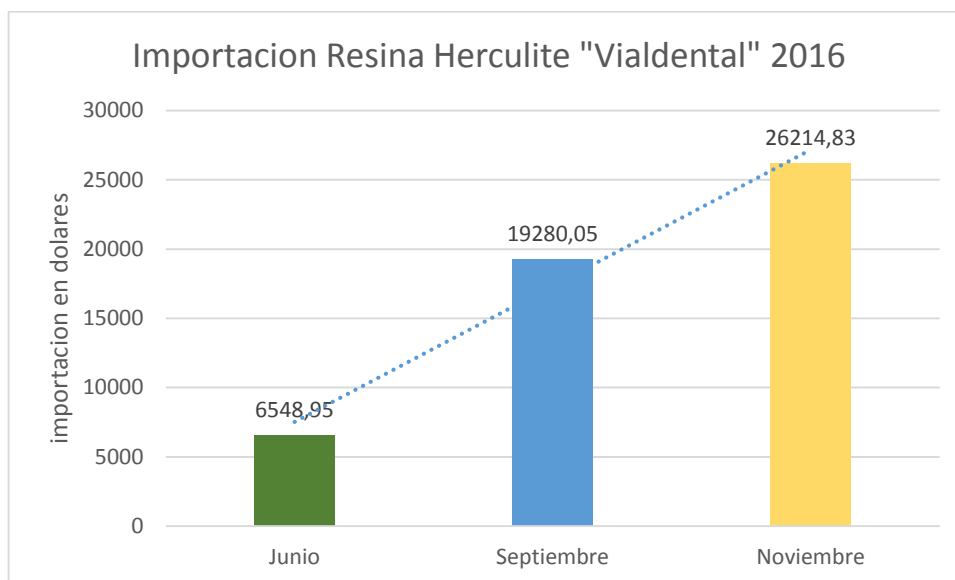
Durante el proceso de investigación pudo identificarse que la importación de Resina Herculite para el mercado ecuatoriano y la comercialización en el mercado local de la ciudad de Quito es de vital importancia, considerando que aquellas materias primas o productos que no se producen en el país deben ser comprados en el mercado internacional, contando con las garantías de calidad y de beneficio para la colectividad, consagrados en el Art. 3 de la Constitución la responsabilidad del Estado en garantizar el derecho a la salud de la población y velar por el buen vivir, prohibiendo en el Art. 15 del mismo cuerpo legal la importación de insumos y productos que atenten la salud y la seguridad alimentaria, lo que abre la puerta a la importación de este tipo de resina que va orientada de manera directa hacia mejorar la calidad de vida y salud oral con el cuidado de la imagen.

A esto se ha sumado que el comercio internacional en el desarrollo de la economía y del sector empresarial específicamente juega un rol importante, esto se evidencia con el crecimiento de la importación de resina Herculite en la empresa, desde los periodos mensuales comprendidos entre junio a noviembre. En junio la primera importación fue de \$ 6.548,95, luego en Septiembre \$ 19.280,05 mostrando un incremento del 194% cerrando para el mes de noviembre a tener un monto de importación de \$ 26.214,83 con el 36% de crecimiento y una

tasa promedio de 115%, lo que deja entre ver el comportamiento y la aceptación del mercado hacia este nuevo tipo de resina con nano partículas.

Ilustración 7

Importación de Resina Herculite (Vialdental)



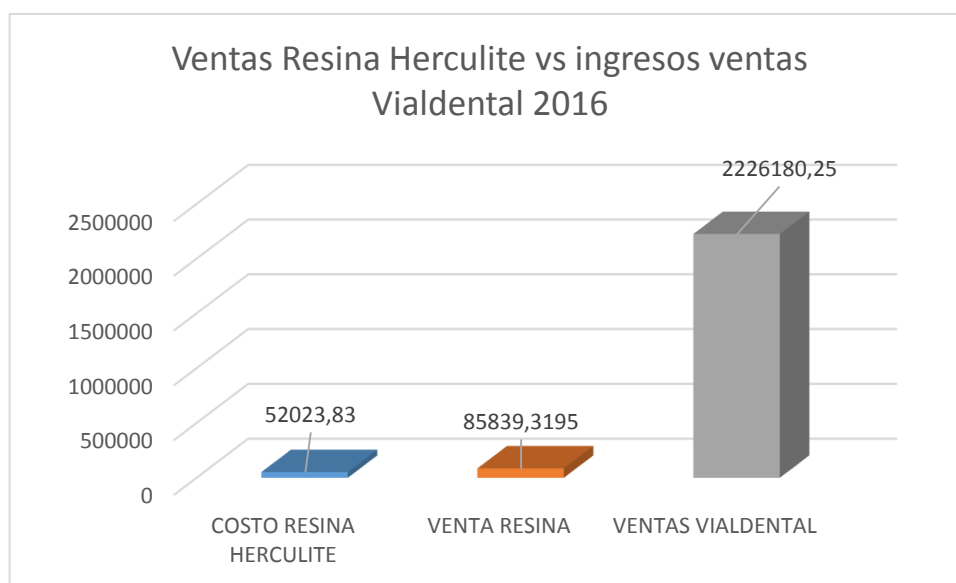
Fuente: VIALDENTAL CIA. LTDA. 2016

Elaborado por: El autor

Este comportamiento de la importación de Resina Herculite si bien muestra un crecimiento alto no es menos cierto que frente a las ventas totales de la empresa que cerraron para el periodo en \$ 2.226.180.25, representa apenas el 2.3%, no obstante de considerarse un producto en franco crecimiento que arroja un 65% de margen bruto.

Ilustración 8

Relación ventas de Resina Herculite con ingreso ventas Vialdental



Fuente: VIALDENTAL CIA. LTDA. 2016

Elaborado por: El autor

Se pudo observar que el capital de trabajo para la operación de la empresa es de \$ 369.250,51 dólares para una gestión de 94.75 días, adicionalmente la rotación de los inventarios es de 2.51 veces con una permanencia en inventarios de 153 días, considerando que los periodos de importación toman un tiempo aproximado de 60 días, debe considerarse un tiempo de recuperación de cuentas por cobrar es de 50,10 días como se determina del análisis financiero que se genera.

Es importante establecer que el margen de contribución bruto oscila entre el 32.79%, aun cuando el margen de contribución de la resina Herculite para la empresa es de 65%, la utilidad operacional es de 8.76%, con una carga en gastos de operación de 24.03% dejando el margen neto en .0.8%

Tabla 15

Matriz FODA

A continuación, se presenta el estudio de la matriz FODA, con el fin de analizar la situación de la empresa, se analizan tanto internamente las fortalezas y debilidades como externamente, las oportunidades y amenazas.

FODA			OPORTUNIDADES										AMENAZAS									
			1	Eliminación de las salvaguardias hacia productos importados								1	Implementación de nuevas formas de restricción arancelaria									
			2	Los índices de inflación en el país se mantienen estables en un orden del +/- 3%								2	Vulnerabilidad en la economía nacional que hace perder credibilidad									
			3	No se produce resina dental en el país y abre las importaciones								3	Cambio en las políticas de importación y conflicto en trámites de desaduanización									
			4	Tendencias de cuidado de la salud y estética dental en la población								4	Incorporación de nuevos ingresantes con productos sustitutos como amalgamas									
			5	Políticas de gobierno hacia el cuidado de la salud								5	Carga impositiva excesiva hacia la salida de divisas y comercio internacional									
			6	Tendencias de uso de nuevos productos por parte de odontólogos								6	Riesgo país elevado que hace perder confianza a proveedores internacional									
			7	Alta calidad y desarrollo de tecnología con nano partículas en la resina								7	Desfinanciamiento del Estado para cubrir sus obligaciones en compras									
			8	Mejores condiciones culturales de la población para cuidado de la salud dental								8	Mayor poder de negociación de los clientes corporativos para establecer condiciones de pago									
			9	Exclusividad y sistemas de participación con Kerr Corporación								9	Poder de negociación de los proveedores que pone en desventaja a la empresa al negociar internacionalmente									
			10	Registros sanitarios como barreras de ent4rada para incorporación de nuevos ingresantes								10	Respuesta agresiva de los competidores que lideran el mercado como Prodontomed									
FORTALEZAS	1	Nivel de experiencia y experticia de la dirección	F1	F2,F3,O6,O8: Identificar nuevas tendencias de uso y consumo de resina Herculite en el mercado del Distrito Metropolitano como modelo para el resto del país								F1	F1,F2,F4,A7: Diferenciación de la resina Herculite para posicionarla como producto estrella en el mercado									
	2	Talento humano joven y comprometido	F2	F4,F6,O8: Incrementar los niveles de venta de resina Herculite con la incorporación de un sistema de logística y aprovechamiento de su posición estratégica e infraestructura								F2	F3,A9: Generar alianzas estratégicas con los clientes y proveedores									
	3	Bajo nivel de endeudamiento sobre los fondos de la empresa	F3									F3										
	4	Ubicación estratégica de los puntos de venta	F4									F4										
	5	Sistema de gestión y administración solidos	F5									F5										
	6	Infraestructura de la matriz adecuada y funcional	F6									F6										
	7	Los productos y servicios que se comercializa son considerados de alta calidad y de marcas reconocidas	F7									F7										
	8	Capacidad de innovación en estrategias de comercialización	F8	F8																		
DEBILIDADES	1	Nivel competitivo dentro de la industria que mantiene en cuarto lugar	D1	D5,D6,D9,O4,O5: Capacitar a los colaboradores en servicio al cliente para mantener la cartera de clientes y desarrollarla								D1	D6,,A2, A7: Desarrollar un nuevo modelo de negocio de resina Herculite para mejorar el margen neto									
	2	Manejo insuficiente de indicadores financieros para tomar decisiones	D2									D2										
	3	Poca especialización del talento humano en el manejo del portafolio de productos	D3									D3										

4	Sistema de logística deficiente para distribución hacia otras localidades	D4		D4	
5	Aplicación insuficiente de estrategias y sistemas de servicio al cliente	D5		D5	
6	Nivel de rotación del inventario supera los 153 días	D6		D6	
7	Carga operacional del 24,03% que merma la rentabilidad	D7		D7	
8	Poco control en la recuperación de cuentas por cobrar que tarda sobre los 50 días	D8	D1,O2 O3, O9 :Innovar los sistemas de servicio al cliente	D8	
9	Poco nivel de especialización del talento humano en la línea de resina Herculite	D9		D9	
10	Sistemas de capacitación deficientes para tecnificar al talento humano	D10		D10	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

2. Inducción

La importación de productos que no se producen en el país ha sido una de las herramientas que han favorecido a brindar atención adecuada y mejorar la calidad de vida de la población en especial de aquellos grupos considerados vulnerables como niños, sin descuidar a la población adulta, esto ha generado que desde un inicio Vialdental se oriente hacia la importación de insumos odontológicos como resinas, y compuestos al igual que equipos de última tecnología.

Desde este enfoque la resina Herculite se ha convertido en un insumo de gran importancia debido a su desarrollo tecnológico y las bondades o ventajas que esta presenta como durabilidad, facilidad en el manejo y suministro hacia el paciente entre otros beneficios, de aquí que brinda mejores condiciones para los especialistas en odontología y a la empresa le ha representado una nueva perspectiva para mejorar sus niveles de ingreso y rentabilidad.

3. Hipótesis

La importación de resina Herculite incrementará los niveles de ventas y rentabilidad para la empresa VIALDENTAL CIA. LTDA.

4. Probar la hipótesis por experimentación

Considerando los niveles de impacto de la importación de resina en los meses de junio, septiembre y noviembre del 2016, las mismas que mostraron un incremento considerable de entre el 115% se hace imprescindible determinar la incidencia que esta genera en el marco global de los ingresos y la utilidad tanto marginal como neta en la empresa.

Con la finalidad de establecer las condiciones actuales que han permitido llegar a la condición de la compañía VIALDENTAL CIA. LTDA. a continuación, se detallan los principales hallazgos:

Tabla 16

Hallazgos

	FORMULAS	CALCULO	AÑO 2016	LECTURA	INTERPRETACION
CAPACIDAD DE PAGO	ACTIVO CTE. - PASIVO CTE.	CAPITAL DE TRABAJO	369.250,51	la empresa cuenta con 369.250,51 dólares como capital de trabajo	es un valor considerable que se puede convertir en efectivo
			94,75		
	ACTIVO CTE. / PASIVO CTE.	ENDEUDAMIENTO	1,56	Por cada dólar que la empresa debe a corto plazo tiene \$ 1.56 dólares	su liquidez es considerable pero no posee con suficientes activos corrientes que puedan ser convertidos a efectivo para satisfacer el pago de sus deudas a corto plazo
	ACTIVO CTE. - INV./ PASIVO CTE (PRUEBA ÁCIDA)	PRUEBA ÁCIDA	0,68	Por cada dólar que la empresa debe a corto plazo cuenta con \$0.68 para pagar o cubrir la deuda, pero sin considerar inventario	la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo no ha sido muy satisfactoria
	ACTIVO CIRCULANTE - CTA Y DOC X COB / PASIVO CTE	LIQUIDEZ	1,12	Por cada dólar que la empresa debe cuenta con \$1,12 para cubrir con dicho valor, pero sin tocar cuenta ni documentos por cobrar	de acuerdo a nuestros parámetros establecidos la fluidez de efectivo no es considerable
	CAJA + BANCO + INVERSION TEMPORAL / PASIVO CTE	LIQUIDEZ INMEDIATA	0,13	Por cada dólar que la empresa debe a corto plazo puede cubrir dicha deuda por \$0,13 dólares	de acuerdo a nuestros parámetros establecidos no puede cubrir la deuda a corto plazo
	CTAS Y DOC X COBRAR / VENTAS A CREDITO DIAS		50,10	las cuentas por cobrar tienen un crédito en 50,10 días con una rotación de 7,19 veces	muestran una eficiencia en la cobranza de carteras vencidas ya que su rotación es de 9,58
	VECES		7,19		

	INVENTARIOS / COSTO DE VENTA DIAS		143,38	muestran que sus inventarios se mantienen con 143,38 días con una rotación de 2,51 veces	muestra eficiencia en las ventas con una rotación de 11,85 durante el año
	VECES		2,51		
	CTAS Y DOC X PAGAR / COMPRAS A CREDITO DIAS		103,08	muestran una permanencia de créditos de proveedores de 103,08 días con una rotación de 3,49 veces	muestra eficiencia en el uso de créditos de los proveedores con una rotación de 8,01 durante el año
	VECES		3,49		
RENTABILIDAD O PENDIMIENTO	UTILIDAD MARGINAL/ VENTAS NETAS		32,79	genera una utilidad marginal de 32,79%	es un porcentaje razonable según sus ventas
	UTILIDAD OPERACIONAL / VENTAS NETAS		8,76	genera una utilidad operacional de 8,76 %	es un porcentaje razonable de acuerdo a sus gastos operacionales
	UTILIDAD DEL EJERCICIO / VENTAS NETAS		0,80	genera una utilidad del ejercicio de 0,8%	es un porcentaje razonable
	UTILIDAD NETA / ACTIVO TOTAL		1,63	el rendimiento del total de la inversión es de 1,63	es un valor rentable de acuerdo a nuestras inversiones
	UTILIDAD ACUMULADA-UTILIDAD DEL EJERCICIO/ PATRIMONIO		4,20	el porcentaje de rendimiento de la inversión de los dueños de la empresa es de 4,20%	es considerable de acuerdo a sus inversiones
	UTILIDAD DISPONIBLE PARA ACCIONISTAS COMUNES/VENTAS NETAS		0,72	el porcentaje de la utilidad disponible de los accionistas que refleja en las ventas netas es de 0,72%	
	UDAC / # ACCIONES		1597,76	de las utilidades disponibles para los accionistas cuentan con 1597,76 dólares cada uno	
ENDEUDAMIENTO O APALANCAMIENTO	PASIVO TOTAL/ ACTIVO TOTAL		61,26	el porcentaje de los activos que han sido financiados por los acreedores es de 61,26	el porcentaje de los activos que han financiado los acreedores es considerable
	PASIVO C. PLAZO O CIRCULANTE / PASIVO TOTAL		95,61	el porcentaje del pasivo corriente entre el total de pasivo es de 95,61	
	PASIVO FIJO/PASIVO TOTAL		4,39	el porcentaje de deudas fijas es de 4,39 del total del pasivo	
	TOTAL PASIVO / CAPITAL CONTABLE		158,15	porcentaje que la empresa utiliza por cada dólar de inversión de los accionistas, para financiar los activos es de 158,15%	
	PASIVO CTE/ CAPITAL CONTABLE		151,21		

Fuente: Investigación de campo VIALDENTAL CIA. LTDA.

Elaborado por: El autor.

El capital de trabajo para el desarrollo de las actividades de la empresa es de 369.250,51 dólares para una cobertura de 94.75 días, que indica la necesidad de mantener 4099 dólares por día para su operación, considerando que su mayor nivel de endeudamiento es a corto plazo, siendo este un valor considerable para convertirse en efectivo, sumado que por cada dólar que

la empresa debe a sus acreedores en el corto plazo dispone de 1.56 dólares para poder atender esta obligación, lo que implica que la mayor cantidad de sus recursos están destinados para atender sus obligaciones en menos de un año, adicionalmente a esto que los pagos en comercio internacional regularmente se los hace de manera efectiva o de contado por anticipado, manteniendo en sus cuentas valores por importaciones en tránsito \$ 5.398,06. Esto induce a determinar la imperiosa necesidad de la empresa en contar con recursos y obligaciones de corto plazo.

En lo que a disponibilidad inmediata se refiere sin tomar como disponibilidad los inventarios la empresa cuenta con 0.68 dólares para atender cada dólar de obligación, considerando que su fuerza está especialmente en el volumen de sus inventarios que alcanzan los 595.928.46, lo que representa el 54.58% de sus activos, sumando a esto la rotación de los inventarios que bordea los 143.38 días, lo que implica una rotación lenta de los inventarios, haciendo necesario contar con un producto o una línea de productos que mantenga una rotación mayor y en menor cantidad de días; con una alarma en cuanto a su liquidez inmediata que bordea en 0.13 centavos de dólar o por cada dólar de deuda de corto plazo si requeriría atender sus obligaciones de manera inmediata.

En cuanto al tratamiento de la empresa con sus clientes, considerando que mediante el estudio se logró establecer que se manejan 3 tipos de clientes el profesional odontólogo y el corporativo tanto público como privado, se mantiene un periodo de crédito de 50.10 días, implicaría adoptar nuevas estrategias para con los clientes a fin de manejar políticas de crédito y mejorar la gestión de recuperación de cartera, no obstante es importante considerar que como hallazgo se tiene que las cuentas por pagar están financiadas en 103.08 días, lo que prevería pensar que las cuentas por pagar financien a las cuentas por cobrar y que los recursos de la empresa se dirijan hacia la importación y compras de inventarios así como a cubrir la carga de costos y gastos operacionales que alcanzan 24.03%.

La pulverización de la utilidad marginal que deja un margen aproximado del 32.79% dejando la utilidad operacional en el orden del 8.76%, que como se mencionó en el párrafo anterior la carga de gastos operacionales es alta, con una carga de gastos administrativos del 11% y de ventas del 12%, dejando una utilidad para distribución de los socios o accionistas de apenas el 0.72% con relación al nivel de ventas y de utilidad neta del 0.8%.

Finalmente, el apalancamiento de los activos de la empresa con deuda es del 61.26%, que como se dijera anteriormente en este hallazgo el 95.61% de la deuda contraída por la empresa es de corto plazo, lo que afecta al desarrollo de la operación de la empresa.

5. Demostración o refutación de la hipótesis

La presente investigación determinó que la importación de resina Herculite para la empresa se convierte en un eje central para el mejoramiento de los niveles de rentabilidad, haciéndose imprescindible el desarrollo de un modelo de negocio que posibilite el enfoque hacia el servicio.

En tal sentido para demostrar la veracidad de la hipótesis se plantea el modelo de negocio para la resina a través del Modelo Canvas.

Ilustración 9

Modelo de negocio para Resina Herculite

Business Model Canvas		Diseñado para:	VIALDENTAL LINEA DE NEGOCIO RESINA HERCULITE	
		Diseñado por:	David Vízcano	
Relaciones Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relaciones con los clientes	Mercado Meta - Clientes
MOTIVACIÓN PARA REALIZAR SOCIEDADES: * Know how externo, experiencia * Reducción de riesgo en el negocio por la calidad de * Kerr Corporation como productor de resina * Capacitación de Kerr para distribución * Control en la distribución y soporte * Experiencia de la dirección en el negocio * Sistema de Compras públicas * Sistemas de negociación con clientes corporativos	CATEGORÍAS: * Desarrollar el sistema de servicios al cliente * Resolución de problemas * Sistema de atención oportuna de inquietudes * Sistema justo a tiempo para disponibilidad de insumos * Complementariedad con insumos y equipos * Sistema de negociación para cada tipo de cliente * Canal de distribución directo a profesionales * Ventas directas a través de puntos de venta Recursos Clave TIPOS DE RECURSOS: * Económicos debido a la cobertura del capital de trabajo * Registros sanitarios para el nuevo producto Resina * Marca Herculite Pres como garantía * Equipo de ventas tanto para puntos de venta como para visitantes * Provisión de recursos a largo plazo para alivianar la gestión operativa de la empresa	CARACTERÍSTICAS: * Innovación en el producto con nano partículas * Mejor desempeño que los competidores * Mayor Efectividad que otros productos por los beneficios * Gama integral para cada necesidad * Marca/Status * Ventaja en precio por kit y repuestos * Ventaja en costos para el profesional odontólogo * Menor riesgo que otros productos en cuanto a usos * Garantía de repuestos y accesorios * Reemplazo a productos de alto riesgo hacia la salud del paciente	EJEMPLOS: * Asistencia Personal al profesional odontólogo * Dotación y stock en puntos de venta * Servicio de garantía y soporte técnico en fichas técnicas de uso * Integrarse como aliados estratégicos para mejorar la calidad del servicio Canales de Distribución Proceso de evaluación: * Contacto directo y seguimiento para determinar niveles de satisfacción * Retroalimentación de comentarios y sugerencias en cuanto a producto y servicio * Entrega en el punto o en puntos de venta * Manejar la preventa, venta y pos venta * Seguimiento en cuanto a dificultades de uso y capacitación de fichas técnicas	* Profesionales odontólogos con consultorio propio * Corporativos o establecimientos de salud de cararter público * Corporativo establecimientos de salud privado
Estructura de Costos		Flujos de Ingresos		
TU NEGOCIO ESTA BASADO EN: * Manejo de los costos Costo de importación y desaduanización * Crear Valor Incorporar un sistema de costos controlados		TIPOS: * Pago por ventas de productos y equipos odontol´´gicos * Recuperación de cartera de cuentas por cobrar		
CARACTERÍSTICAS: * Costos Fijos Gastos de Administración y Ventas que ascienden a \$ 239,271 * Costos Variables Costo de ventas de los productos vendidos que se situan en \$ 272,672 representando el 32,72% Costo de ventas de la Resina Herculite 65%		PUNTO DE EQUILIBRIO PRECIO FIJO * Lista de precios en base a tipo de cliente * Ajustable a las características del productos * Ajustable al Segmento de mercado sea cliente corporativo público o * Ajustable al volumen de compra y condiciones de pago PRECIO DINÁMICO: * Negociación * Gestión de Márgenes de utilidad * Precio de acuerdo al mercado en tiempo real		

Elaborado por: El autor

Relaciones claves para el negocio

Un elemento clave fundamental que garantiza que la importación de resina Herculite cause un impacto positivo en la estructura financiera de la empresa es el “know how” externo, experiencia que tiene la dirección en cuanto al manejo del mercado de insumos y equipos dentro del Distrito Metropolitano de Quito y las ciudades en las que mantiene presencia con sus sucursales como Guayaquil, Cuenca y Ambato. Al mismo tiempo se consigue la reducción de riesgo por la calidad de los proveedores al ser una marca de alto nivel dentro del sector con plantas de producción en Europa y Brasil, manejando resinas de diferentes tipos e incorporando tecnología de punta en todos sus procesos, a todo esto se suma el compromiso como aliados estratégicos de los proveedores en cuanto a la capacitación de Kerr para distribuidores con la correspondiente exclusividad, conjuntamente con el soporte que este producto genera para el profesional.

Con estos instrumentos identificados y el impacto que debe generar en los ingresos se prevé el desarrollo de un sistema de servicios al cliente, encaminado hacia la solución de problemas, con atención oportuna de inquietudes mediante sistemas de negociación para cada tipo de cliente y canal de distribución directo a profesionales en puntos de venta.

Como se puede identificar las principales líneas de acción que motivan el nivel de captación del mercado para resina Herculite desde mercado internacionales a través de la importación, responde a la utilización de estrategias y sistemas de comercialización y servicio al cliente en contacto directo con el cliente, sumado a la cultura establecida en los clientes de utilizar servicios odontológicos orientados a utilizar insumos innovadores, que garanticen el cumplimiento de las condiciones de mejor calidad de vida y cuidado de la salud como instrumento dirigido por la norma

Constitucional en su Art. 32, esto obliga a que muchos de los clientes se inclinen hacia las empresas que les brindan valor agregado y generen un rendimiento atractivo para la empresa.

- **Análisis de las importaciones de resinas.**

Del análisis de las importaciones de resina en el Ecuador, se determinó que para el año 2016 estas se ubicaron en alrededor de los 4 millones de dólares, donde se logró identificar las empresas que importaron el mayor volumen.

La empresa 3M lidera la lista de importaciones con un volumen de 11.712.86 Kg, con un valor en dólares de 1.572.502,22., luego está el Depósito Dental Krobalto C.A en segundo lugar, Depósito Dental Neo-Tec Cia. Ltda. y Sonrident Cia. Ltda. en tercer y cuarto puesto respectivamente.

Tabla 17
Importaciones de Resina en el año 2016

Posición	EMPRESA	PESO NETO (KG)	CIF (DÓLARES)
1	3M ECUADOR C.A.	11.712,86	1.572.502,22
2	DEPOSITO DENTAL KROBALTO C.A.	14.618,59	716.706,04
3	DEPOSITO DENTAL NEO-TEC CIA. LTDA.	5.961,86	686.982,15
4	SONRIDENT CIA. LTDA.	637,60	222.752,93
5	OTROS	903,67	175.448,27
6	PRODONTOMED S.A.	2.037,91	169.971,37
7	DISTRIDENTAL S.A.	1.600,32	98.934,13
8	RECOR DENTAL Y QUIMEDIC S.A.	482,80	91.330,77
9	PRODENTEC CIA. LTDA.	468,33	81.426,05
10	CARDENTAL ECUADOR CIA. LTDA	320,10	64.859,08
11	VIALDENTAL	376,98	48.744,61
	TOTAL	39.121,02	3.929.657,61

Fuente: Aduana del Ecuador

Elaborado por: El autor

Así mismo se ubicó a VIALDENTAL CIA. LTDA. en el 11avo lugar, a pesar que únicamente se realizaron 3 importaciones en el 2016, debido a que no se contaba con el registro sanitario, en los meses de junio, septiembre y noviembre, por lo que es una gran oportunidad potencializar la importación y también la entrada por medio de un plan estratégico en el mercado nacional de la resina Herculite de la KERR.

- **Comportamiento de las ventas de la resina Herculite de la KERR en VIALDENTAL CIA. LTDA.**

Con la importación de resina Herculite para la comercialización en el Distrito Metropolitano de Quito, tomando como base el comportamiento de las importaciones histórico que se tienen en el 2016 en los meses comprendidos entre junio hasta noviembre se determina un crecimiento exponencial de 115% en promedio, con una inflación del 1.12% y considerando los costos que arroja el estudio financiero del 32.7% para el 2016, adicionalmente a esto se establece como parámetro los niveles de margen de contribución o utilidad marginal que se obtiene de la importación de resina Herculite que está en el 65%.

- **Análisis del costo/beneficio de importar la resina Herculite de la KERR.**

En síntesis, el importar resina Herculite genera un costo beneficio positivo para la empresa que se refleja en sus indicadores financieros de rentabilidad y mejoramiento de sus niveles de ingreso, ya que al mejorar la utilidad marginal permite seguir manteniendo el mismo ritmo en la composición de gastos tanto de administración y ventas, que se verían afectados únicamente por efectos inflacionarios.

El margen de utilidad bruto o utilidad marginal en el portafolio de productos de la empresa VIALDENTAL es del 32.7% frente al margen de contribución que genera la importación de resina odontológica Herculite que está en el orden del 65%, lo que permitirá a la empresa mejorar sus niveles de rentabilidad sin afectar a otros rubros como costos y gastos de operación tanto de administración y ventas, ya que el apalancar el costo de los otros productos con la utilidad de la resina la convertiría en un producto estrella.

6. Evaluación financiera

La proyección de ventas permite identificar que con la importación de resina para el 2016 la utilidad marginal es de 32.79% con un crecimiento moderado de las importaciones en un 25% con relación al periodo anterior las ventas en el 2017 se ubican en \$ 2.271.031,27; con un impacto en la utilidad marginal ubicándola en 33.09% y cerrándola para el 2020 en 36.60%, superior en casi 4 puntos con relación al periodo inicial en que se arranca con la importación de la resina; pasando de representar el 2.27% del costo de ventas la resina en el 2016 al 5.54% para el 2020.

Tabla 18
Proyección de ventas

AÑO	2016	2017	2018	2019	2020
VENTAS NETAS	2.226.180,26	2.271.031,27	2.321.364,07	2.378.484,90	2.444.025,87
Ventas sin resina	2.142.772,41	2.166.771,46	2.191.039,30	2.215.578,95	2.240.393,43
Ventas resina Herculite	83.407,85	104.259,81	130.324,76	162.905,95	203.632,44
COSTO Y GASTOS					
Costo de Ventas	1.496.221,50	1.519.474,86	1.551.582,22	1.587.821,49	1.629.182,02
Insumos y equipos	1.445.671,29	1.456.287,10	1.472.597,52	1.489.090,61	1.505.768,42
Resina Herculite	50.550,21	63.187,76	78.984,70	98.730,88	123.413,60
Utilidad Bruta	729.958,76	751.556,41	769.781,85	790.663,41	814.843,84

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Tabla 19

Indicadores proyección de ventas

AÑO	2016	2017	2018	2019	2020
VENTAS NETAS	100,00%	100,00%	104,28%	106,84%	109,79%
Ventas sin resina	96,25%	95,41%	98,42%	99,52%	100,64%
Ventas resina Herculite	3,75%	4,59%	5,85%	7,32%	9,15%
COSTO Y GASTOS					
Costo de Ventas	67,21%	66,91%	69,70%	71,32%	73,18%
Insumos y equipos	64,94%	64,12%	66,15%	66,89%	67,64%
Resina Herculite	2,27%	2,78%	3,55%	4,43%	5,54%
Utilidad Bruta	32,79%	33,09%	34,58%	35,52%	36,60%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

De la misma forma se establece que el costo beneficio de importar resina para el desempeño económico de la empresa es fundamental, ya que le permite situarse de 8.76% en utilidad operacional al 11.48% y la utilidad neta muestra un comportamiento positivo pasando del 0.8% al 3.15% conforme se mueve el sector de comercialización de bienes.

Tabla 20

Proyección de gastos 2016 - 2020

Gastos de operaciones	2016	2017	2018	2019	2020
Administración	10,78%	10,68%	11,02%	11,15%	11,27%
Ventas	12,25%	12,14%	12,52%	12,66%	12,81%
Depreciación	1,00%	0,99%	1,02%	1,04%	1,05%
Total de gastos operacionales	24,03%	23,82%	24,57%	24,85%	25,12%
UTILIDAD DE OPERACIÓN	8,76%	9,27%	10,01%	10,67%	11,48%
Utilidad Antes de Participación a Trabajadores	2,46%	3,03%	3,57%	4,16%	4,90%
Participación a Trabajadores	0,62%	0,61%	0,63%	0,64%	0,65%
Utilidad Antes de Impuesto a la renta	1,84%	2,42%	2,94%	3,52%	4,25%
Impuesto a la Renta	1,05%	1,04%	1,07%	1,08%	1,10%
UTILIDAD NETA	0,80%	1,38%	1,87%	2,44%	3,15%
10% Reserva Legal	0,08%	0,14%	0,19%	0,24%	0,32%
UTILIDAD DISPONIBLE PARA ACCIONISTAS	0,72%	1,24%	1,68%	2,19%	2,84%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Finalmente, para fundamentar y validar la hipótesis se establece que el costo beneficio de importar resina Herculite para la empresa incide de manera directa sobre el punto de equilibrio que en el 2016 aproximadamente se cubría en el 73% de las ventas, casi aproximadamente en los primeros 9 meses de gestión; cerrando para el 2020 periodo de estimación en 8.21 meses.

Tabla 21

Punto de equilibrio proyectado

RUBRO	2016	2017	2018	2019	2020
VENTAS	\$ 2.226.180,26	\$ 2.271.031,27	\$ 2.321.364,07	\$ 2.378.484,90	\$ 2.444.025,87
COSTOS FIJOS	\$ 534.940,29	\$ 540.931,62	\$ 546.990,06	\$ 553.116,34	\$ 559.311,25
COSTOS VARIABLES	\$ 1.496.221,50	\$ 1.519.474,86	\$ 1.551.582,22	\$ 1.587.821,49	\$ 1.629.182,02
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 1.631.425,75	\$ 1.634.571,42	\$ 1.649.510,27	\$ 1.663.892,44	\$ 1.677.586,65
COBERTURA P.E.	73%	72%	71%	70%	69%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

7. Conclusiones

- El nivel competitivo en que se encuentra la empresa VIALDENTAL CIA. LTDA, frente a los competidores hace que mantenga una desventaja tanto en su nivel de permanencia en el mercado y la gama de servicios y productos que esta ofrece con relación a empresas como Prodontomed, Krobalto, Neo-Tec, entre otras, considerando su accionar en el mercado desde el 2005, esto conforme a condiciones de servicio, portafolio de productos y niveles de venta los mismos que para VIALDENTAL registran \$ 2.226.180 a diferencia de Prodontomed que mantiene ventas superiores a los once millones de dólares.

- La ausencia de producción de resinas odontológicas en el país orienta a que se importe este tipo de producto de mercados extranjeros para que se atienda de una manera satisfactoria las necesidades de mejoramiento de la calidad de vida de la población, consagrada como derecho en la Constitución de la República en el Art. 32, lo que permite generar mecanismos eficientes de importación de este tipo de productos con nuevas tecnologías como es la nano tecnología o nano partículas, las mismas que mejorarán las condiciones de servicio de los profesionales odontólogos, abriendo espacios para realizar actividades de importación y comercialización.
- El margen de utilidad bruto o utilidad marginal en el portafolio de productos de la empresa VIALDENTAL es del 32.7% frente al margen de contribución que genera la importación de resina odontológica Herculite que está en el orden del 65%, lo que permitirá a la empresa mejorar sus niveles de rentabilidad sin afectar a otros rubros como costos y gastos de operación tanto de administración y ventas, ya que el apalancar el costo de los otros productos con la utilidad de la resina la convertiría en un producto estrella.
- La inexistencia un sistema específico de servicio al cliente como herramienta de penetración en el mercado y de manera especial para la resina, a pesar de contar con la exclusividad por parte de la empresa fabricante que es Kerr Corporation, considerando que VIALDENTAL es la única importadora como representante en el país, lo que le abre las puertas para desarrollar sistemas especiales de atención y servicio con logística a nivel local del Distrito Metropolitano de Quito y el resto del país.
- El desarrollo de nuevas tecnologías y la innovación en la incorporación de nano partículas es altamente novedoso y por sobre todo de vanguardia de la empresa fabricante que respalda

la calidad y garantía de su producto en el mercado lo que permite a la empresa VIALDENTAL potenciar su posición dentro del mercado y hacer frente a la competencia.

8. Recomendaciones

- Desarrollar una estrategia de distribución y comercialización de resina odontológica a nivel nacional con soporte en las políticas de cuidado de la salud por parte del sector gubernamental y los programas de cuidado de la salud bucal en los diversos sistemas de atención tanto público como privado, manejando de manera eficiente los sistemas de negociación efectiva para cada uno de los clientes identificados en la investigación, entre los que se describe a los profesionales odontólogos, los centros de atención o establecimientos de carácter público y privado.
- Implementar una estrategia de penetración en el mercado con énfasis en la resina Herculite que mejore el nivel de posicionamiento, para lo cual se requerirá de la experiencia y experticia de la dirección y el talento humano de la empresa para establecer programas y planes de ventas sostenidos que garanticen al menos mantener el flujo de ventas conforme a lo proyectado.
- Diseñar un plan de ventas acorde a manejar los márgenes de utilidad de la resina Herculite, sin descuidar el resto del portafolio de productos como instrumental, insumos y equipos odontológicos.
- Crear un sistema de atención al cliente o de servicio al cliente que permita mantener los niveles de ventas y logre un posicionamiento efectivo dentro del mercado con sistemas de negociación modernos enfocados en cuidar los indicadores financieros tanto en rotación de

inventarios que en este momento se encuentran superando los 143 días y la permanencia de las cuentas por cobrar que se ubican en los 50 días, de esta forma el sistema logrará reducir tiempos y mejorar la gestión.

- Construir alianzas estratégicas con los clientes para involucrarse en el manejo de nuevas tendencias de uso y consumo de productos odontológicos con avances tecnológicos como son las nano tecnologías, estas alianzas lograrán fidelizar a los clientes, así como capacitarles en cuanto al manejo del producto.
- Desarrollar una gestión basada en el manejo de indicadores, tanto de gestión como financieros para garantizar un crecimiento sostenido, con respuesta a los parámetros de gestión del sector y del mercado que coloque a VIALDENTAL CIA. LTDA. en un sitio competitivo.

9. Bibliografía

Agudelo Vélez, G. (2011). *Teoría de los aranceles*. Obtenido de Naturaleza y Estructura de los Aranceles: <http://gustavo-agudelo-velez.webnode.es/blog/regimen-arancelario/teoria-de-los-aranceles/>

American Dental Association. (18 de 05 de 2017). *Mounth Healthy*. Obtenido de Las resinas compuestas: <http://www.mouthhealthy.org/es-MX/az-topics/f/fillings-tooth-colored>

Artieda, C. (2015). Análisis de la Política de Control Estatal de Precios, en la Gestión Estratégica de las Pymes Farmacéuticas del Ecuador . *Revista Politécnica*, 1-48.

- Asamblea Nacional. (29 de 12 de 2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Quito, Pichincha, Ecuador: Registro Oficial Suplemento 351.
- Asamblea Nacional Constituyente. (20 de 10 de 2008). Constitución de la República del Ecuador. Montecristi, Manabí, Ecuador: Editora Nacional Registro Oficial 449.
- Banco Central del Ecuador. (03 de 2017). *Estadísticas Económicas*. Obtenido de Publicaciones Boletín Mensual: <http://www.bce.fin.ec>
- Bruzzone, D. (20 de 02 de 2017). *Economía y Finanzas Internacionales*. Obtenido de Proyecto Académico de la Facultad de Economía PUCE:
<http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/60-ventaja-absoluta-y-ventaja-comparativa>
- Ceballos, L. (20 de 08 de 2016). *Comercio y Aduanas .com. mx*. Obtenido de Noticias: La forma más f´pacil de importar y exportar:
<http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/comopuedoimportar/120-que-es-importar>
- CEDATOS. (18 de 07 de 2015). *CEDATOS GALLUP*. Obtenido de <http://www.cedatos.com.ec/>
- Coello Salas, J. L., Pasquini Comba, M., Bazáez frete, M., & Oliva Bazáez, C. (28 de 05 de 2003). *Carillas directas con resina compuesta*. Obtenido de Una alternativa en opereatoria dental: <http://scielo.isciii.es/pdf/rcoe/v8n4/415%20carillas.pdf>
- Dávila Newman, G. (2006). El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y razonamiento sociales. *Laurus revista de educación*, 12, 180-205. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/761/76109911.pdf>

Econlink. (28 de 02 de 2008). *Econlink*. Obtenido de Precio:

<http://www.econlink.com.ar/definicion/precio.shtml>

Economia48.com. (20 de 08 de 2016). *La GRan Enciclopedia de Economía*. Obtenido de

<http://www.economia48.com/spa/d/precio-de-mercado/precio-de-mercado.htm>

Energía 16. (30 de 03 de 2017). *Energía 16*. Obtenido de Precios:

<http://www.energia16.com/?gclid=CPnf-5CpvMMCFaNj7AodqxoAcg>

Enríquez , C. (10 de 03 de 2015). Aranceles, sobretasas de hasta el 45% arrancan desde hoy.

Actualidad, pág. Actualidad. Obtenido de

<http://www.elcomercio.com/actualidad/salvaguardias-aranceles-balanza-pagos-consumo.html>

INDIA. (30 de 04 de 2014). *El Productor*. Obtenido de

<http://elproductor.com/2014/04/30/remesas-de-migrantes-ecuatorianos-cifraron-usd-2-449-millones-en-2013/>

INEC, I. E. (2012). *Anuario de Estadísticas Hospitalaria, Camas y Egresos 2012*. Quito:

Dirección de Estadísticas Socioeconómicas.

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2014). Indicadores Económicos Ficha 2014

Tungurahua. *Indicadores Económicos 2014 provincia de Tungurahua*, 3-5. Obtenido de

<http://app.sni.gob.ec/sni->

[link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1801_AMBATO_TUNGURAHUA.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1801_AMBATO_TUNGURAHUA.pdf)

Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC. (2015). *Anuario de Estadísticas Recursos y*

Actividades de Salud 2014. Quito: Ecuador en cifras.

Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC. (20 de 04 de 2017). *Ecuador en cifras*.

Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ipc-canastas-2015/>

Iruretagoyena, O. M. (30 de 04 de 2014). *Salud Dental para Todos*. Obtenido de

<http://www.sdpt.net/OPERATORIADENTAL/tiposresinacompuesta.htm>

Kerr Corporation. (23 de 10 de 2016). *Herculite Précis*. Obtenido de Resina Universal

Nanohibrida: <http://kerr.com.mx/wp-content/uploads/2012/07/d%C3%ADptico-Herculite-precis-ind.pdf>

Márquez, D. (29 de 02 de 2016). *Hoy Digital*. Obtenido de <http://hoy.com.do/traumatismos-y-reconstruccion-estetica/>

Minkiw, G. (2002). *Principios de Economía*. España: Mc Graw Hill.

Noboa, A. (25 de 05 de 2017). Lenín Moreno ofrece gobernar para todos en su primer discurso presidencial. *El Comercio*, pág. Actualidad. Obtenido de

<http://www.elcomercio.com/actualidad/leninmoreno-ofrecimiento-gobierno-discurso-ecuador.html>

Osorio Arcila, C. (2006). *Diccionario de comercio internacional*. ECOE Ediciones.

Otero, G. (16 de 02 de 2017). *Economía y Finanzas Internacionales*. Obtenido de Proyecto académico de la Facultad de Economía:

<http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica>

Pecina Rivas, M. I. (2009). *Cluster y Competitividad*. Eumed.

Pinkas, F. (2002). *Tratado de Defensa de la Libre Competencia*. Perú: Pontificia Universidad Católica, Fondo Editorial.

Presidencia de la República del Ecuador. (06 de 05 de 2011). REGLAMENTO AL TÍTULO DE LA FACILITACIÓN ADUANERA PARA EL COMERCIO, DEL LIBRO V DEL CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES. Quito, Ecuador: Registro Oficial 351.

Ramírez, A. (aa). *Metodología de la investigación*. Pontificia Universidad Javeriana.

Redacción Líderes. (13 de Agosto de 2012). El ecuatoriano invierte más en su imagen. *LIDERES*,

13. Obtenido de

http://ecuador.ahk.de/fileadmin/ahk_ecuador/news_bilder/Clipping/2012/Agosto_2012/13_-_17_agosto/El_sector_orientado_a_la_higiene_y_cuidado_se_fortalece.pdf

Reid, A. L. (4 de 7 de 2015). *Diccionario de Marketing de Cultural S.A.* Obtenido de

<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-venta.htm>

Rodríguez G., D., & Pereira S., N. (2008). *Acta Odontológica Venezolana*. Obtenido de

EVOLUCIÓN Y TENDENCIAS ACTUALES EN RESINAS COMPUESTAS:

http://www.actaodontologica.com/ediciones/2008/3/evolucion_tendencias_resinas_compuestas.asp

Sánchez, M. P., & Laguna Muñoz, N. (22 de 08 de 2007). *El comercio exterior de España: teoría*

y práctica. Madrid: Pirámide. Obtenido de "El comercio exterior de España : teoría y

práctica" Madrid. Pirámide,

Sanitaria dos mil. (30 de 12 de 2015). *Redacción Médica*. Obtenido de Hemeroteca:

<http://www.redaccionmedica.ec/secciones/salud-publica/registro-sanitario-no-ser-obligatorio-para-algunos-productos-86963>

Stanton, W. (2000). *Fundamentación de Marketing* (11va. ed.). México: Mc. Graw Hill.

Torres Gaytan, R. (1979). *Teoria del comercio internacional (Economía y demografía*. México
D.F.: Siglo XXI. doi:ISBN 13: 9789682300929

10. Anexos

Anexo 1

Balance General VIALDENTAL CIA. LTDA.

VIALDENTAL GENERAL SERVICES CIA LTDA				
BALANCE GENERAL				
PERIODO:	DICIEMBRE	AÑO:	2.016	
CODIGO	NOMBRE	VALOR:	VALOR:	VALOR
1	ACTIVO	1.091.711,29		
1.1	ACTIVO	1.066.711,29		
1.1.1	ACTIVO			
1.1.1.01	CAJAS			
1.1.1.01.001	CAJAS		12.555,84	
1.1.1.01.001.0001	CAJA GENERAL			11.155,84
1.1.1.01.001.0002	CAJA CHICA QUITO			500
1.1.1.01.001.0003	CAJA CHICA CUENCA			300
1.1.1.01.001.0004	CAJA CHICA GUAYAQUIL			300
1.1.1.01.001.0011	CAJA CHICA AMBATO			300
1.1.1.02	BANCOS			
1.1.1.02.001	BANCOS		72.045,88	
1.1.1.02.001.0002	BCO. PICHINCHA 3272485104			49.348,93
1.1.1.02.001.0003	AHORRO PROGRAMADO PICHINCHA			2.200,00
1.1.1.02.001.0004	BANCO INTERNACIONAL 652452			20.496,95
1.1.1.03	PROVISION DE CUENTAS INCOBRABLES			
1.1.1.03.001	PROVISION DE CUENTAS INCOBRABLES		-5.718,16	
1.1.1.03.001.0001	PROVISION DE CUENTAS INCOBRABLES			-5.718,16
1.1.2	EXIGIBLE			
1.1.2.01	CUENTAS POR COBRAR			
1.1.2.01.001	CLIENTES NACIONALES		258.511,67	
1.1.2.01.001.0001	CLIENTES NACIONALES			145.442,52
1.1.2.01.001.0002	DENTALMARKET S.A.			429,04
1.1.2.01.001.0003	DEPOSITO DENTAL ACOSTA			21,41
1.1.2.01.001.0004	DENTAL CERDA A. CIA. LTDA.			47,8
1.1.2.01.001.0005	SANCHEZ ALVARADO DAICY EDITH			1.774,95
1.1.2.01.001.0007	DENTAL PEREZ AVILES CIA. LTDA.			308,68
1.1.2.01.001.0009	SANCHEZ ALTAMIRANO LIZ CATHERINE			12,51
1.1.2.01.001.0011	DEPOSITO DENTAL NEO TEC			21,97
1.1.2.01.001.0013	CARLOS CALUÑA			-79,3
1.1.2.01.001.0014	CAMPOVERDE CARLOS			246,28
1.1.2.01.001.0019	BONILLA ZURITA HECTOR GERMAN			2,73
1.1.2.01.001.0020	ANDRADE EDUARDO			1.197,17
1.1.2.01.001.0021	ANDRADE ALBERTO			3,79
1.1.2.01.001.0023	ANDRADE TOALA NANCY MARLENE			611,38
1.1.2.01.001.0024	ALTAMIRANO EDUARDO			-1.035,85
1.1.2.01.001.0026	AVILA SONIA			606,85
1.1.2.01.001.0031	MOYA JORGE			-0,01
1.1.2.01.001.0033	VILLARREAL RIERA LUCIA MARICELA			542,95
1.1.2.01.001.0035	RICAURTE PEREZ JUAN CARLOS			313,35
1.1.2.01.001.0036	SALAZAR HILDA			2.409,66
1.1.2.01.001.0037	SANCHEZ PAZMIÑO MARIA EUGENIA			2,53
1.1.2.01.001.0038	SUAREZ MUÑOZ EULALIA			1.168,55

1.1.2.01.001.0039	VALDIVIESO INES			473,12
1.1.2.01.001.0040	VACA SAGAL EMMA PAULINA			1,9
1.1.2.01.001.0041	VELASCO MURGUETIO BYRON FERNANDO			2,86
1.1.2.01.001.0043	VILLAVICENCIO MAURICIO			420,77
1.1.2.01.001.0044	RIVAS CARRION JOHN PATRICIO			2.142,59
1.1.2.01.001.0046	ARGUDO CEVALLOS BORIS FABIAN			-103,51
1.1.2.01.001.0048	RECORDENTAL Y QUIMEDIC			1.813,84
1.1.2.01.001.0050	CITYMEDICAL IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS MEDICOS C.A.			88.479,88
1.1.2.01.001.0054	ACURIO OCAMPO CARLOS CESAR			-1.881,34
1.1.2.01.001.0058	AGUIRRE MAYORGA JEANETH PAULINA			456,01
1.1.2.01.001.0059	MORALES CARDENAS MYRIAM GRACIELA			19,31
1.1.2.01.001.0063	CENTROCEFAVIS CENTRO FAMILIAR VIDA SANA S.A			1.581,80
1.1.2.01.001.0068	PRODUCCION DENTAL ECUATORIANA PRODENTEC CIA. LTDA.			96,55
1.1.2.01.001.0069	POLICLINICO DENTAL ORDOÑEZ POLIDENTAL CIA. LTDA.			120,54
1.1.2.01.001.0080	GOYES BURBANO WILSON LIBARDO			-611,22
1.1.2.01.001.0081	PRODONTOMED			11.449,61
1.1.2.02	TARJETAS DE CREDITO			
1.1.2.02.001	TARJETAS DE CREDITO		26.277,68	
1.1.2.02.001.0001	DINERS CLUB			570,2
1.1.2.02.001.0002	VISA PACIFICARD			791,7
1.1.2.02.001.0003	MASTERCARD PACIFICARD			1.176,67
1.1.2.02.001.0004	VISA BANCO DEL PICHINCHA			1.969,68
1.1.2.02.001.0007	AMERICAN EXPRESS			147,73
1.1.2.02.001.0009	DEPOSITOS EN TRANSITO			2.947,64
1.1.2.02.001.0010	MASTERCARD BG			304,24
1.1.2.02.001.0011	VISA BG			982,26
1.1.2.02.001.0015	BANCO DEL PICHINCHA CUENCA 2100040427			11.786,02
1.1.2.02.001.0016	BANCO DEL PICHINCHA GYE 2100040426			5.601,54
1.1.2.02.002	ANTICIPOS		25.345,78	
1.1.2.02.002.0001	ANTICIPO PROVEEDORES			23.018,70
1.1.2.02.002.0002	ANTICIPOS POR LIQUIDAR			2.327,08
1.1.2.02.004	IMPORTACIONES EN TRANSITO		5.398,06	
1.1.2.02.004.0013	IMPORTACION KERR			3.159,07
1.1.2.02.004.0039	IMPORTACION FAVA			1.761,15
1.1.2.02.004.0053	IMPORTACION SHENZHEN BELLDENTAL			477,84
1.1.3	REALIZABLE			
1.1.3.01	INVENTARIOS			
1.1.3.01.001	INVENTARIO DE MERCADERIAS		595.928,46	
1.1.3.01.001.0001	INVENTARIO DE MERCADERIAS			595.928,46
1.1.4	IMPUESTOS ANTICIPADOS			
1.1.4.01	CREDITO FISCAL			
1.1.4.01.001	IMPUESTO A LA RENTA CIA.		30.697,44	
1.1.4.01.001.0001	IMPUESTO A LA RENTA CIA.			18.283,18
1.1.4.01.001.0002	RETENCION EN LA FUENTE DE CLIENTES			0,00
1.1.4.01.001.0004	IMPUESTO A LA RENTA AÑOS ANTERIORES			10.294,19
1.1.4.01.001.0005	ANTICIPO IMPUESTO A LA RENTA 2012			2.120,07
1.1.4.01.001.0006	ANTICIPO IMPUESTO A LA RENTA 2009			0,00
1.1.4.01.004	CREDITO TRIBUTARIO POR RETENCION IVA		5.714,43	

1.1.4.01.004.0001	CREDITO TRIBUTARIO IVA			5.714,43
1.1.5	OTROS ACTIVOS CORRIENTES			
1.1.5.01	OTROS ACTIVOS CORRIENTES			
1.1.5.01.001	ANTICIPO EMPLEADOS		1.080,56	
1.1.5.01.001.0002	PRESTAMO EMPLEADOS			1.080,56
1.2	ACTIVO DEPRECIABLE	63.873,65		
1.2.1	ACTIVO FIJO			
1.2.1.01.001	EQUIPOS DE COMPUTACION			2.540,76
1.2.1.01.099	DEP.ACUM.EQUIPOS DE COMPUTACION			-2.540,76
1.2.1.02	MUEBLES Y ENSERES		1.008,85	
1.2.1.02.001	MUEBLES Y ENSERES			4.029,17
1.2.1.02.099	DEP.ACUM.MUEBLES Y ENSERES			-3.020,32
1.2.1.03	VEHICULOS		37.864,80	
1.2.1.03.001	VEHICULOS			122.035,71
1.2.1.03.099	DEP.ACUM.VEHICULOS			-84.170,91
1.3	ACTIVO NO CORRIENTE			
1.3.1	ACTIVO DIFERIDO			
1.3.1.01	DIFERIDOS		25.000,00	
1.3.1.01.099	GARANTIA DE ARRIENDO			25.000,00
2	PASIVO	-668.817,13		
2.1	PASIVO CORRIENTE	-668.817,13		
2.1.1	CUENTAS POR PAGAR	-665.817,13		
2.1.1.01	PRESTAMOS BANCARIOS			
2.1.1.01.001	PRESTAMO BANCO PICHINCHA		-202.056,34	
2.1.1.01.001.0001	PRESTAMO BANCO PICHINCHA			-202.056,34
2.1.1.03	PROVEEDORES			
2.1.1.03.001	PROVEEDORES NACIONALES		-396.980,57	
2.1.1.03.001.0001	PROVEEDORES NACIONALES			-169.012,53
2.1.1.03.001.0002	PROVEEDORES INTERNACIONALES			-280.091,52
2.1.1.03.001.0003	PROVEE. IMPORTACIONES			52.123,48
2.1.1.05	OTRAS CUENTAS POR PAGAR			
2.1.1.05.001	ACREEDORES		-29,92	
2.1.1.05.001.0007	RETENCIONES PAGADAS X ANTICIPADO			-29,92
2.1.1.06	OBLIGACIONES FISCALES			
2.1.1.06.001	OBLIGACIONES FISCALES		-23.228,32	
2.1.1.06.001.0003	OBLIGACIONES CON LA ADMINISTRACION TRIBUTARIA			-4.354,99
2.1.1.06.001.0004	IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR			-142,83
2.1.1.06.001.0005	SRI POR PAGAR IVA			-18.730,50
2.1.1.07	IESS POR PAGAR			
2.1.1.07.001	IESS POR PAGAR		-17.152,53	
2.1.1.07.001.0001	CTA. X PAGAR APORTE PATRONAL			-2.321,75
2.1.1.07.001.0003	CTA X PAGAR AHORRO MULTAS EMPLEADOS			-612,92
2.1.1.07.001.0005	PRESTAMOS QUIROGRAFARIOS IESS			-301,85
2.1.1.07.001.0006	F. RESERVA ACUMULADO X PAGAR			-119,09

2.1.1.07.001.0007	PARTICIPACION TRABAJADORES 15%			-13796,92
2.1.1.08	PROVISIONES LABORALES			
2.1.1.08.001	PROVISIONES LABORALES		-26.369,45	
2.1.1.08.001.0003	PROVISION DECIMO TERCERO			-5.819,87
2.1.1.08.001.0004	PROVISION DECIMO CUARTO			-3.854,13
2.1.1.08.001.0005	PROVISION VACACIONES			-9.465,45
2.1.1.08.001.0006	JUBILACION POR PAGAR			-7.230,00
2.2	PASIVO NO CORRIENTE	-3.000,00		
2.2.1	PASIVO A LARGO PLAZO	-3.000,00		
2.2.1.01	PROVIS.DESA/HUCIO/INDEMNIZACION	-3.000,00		
2.2.1.01.001	PROV.DESA/H/INDEM.		-3.000,00	
2.2.1.01.001.0001	PROV.DESA/H/INDEM.			-3.000,00
3	PATRIMONIO	-422.894,16		
3.1	CAPITAL SOCIAL	-800		
3.1.1	CAPITAL SOCIAL	-800		
3.1.1.01	ACCIONISTAS	-800		
3.1.1.01.001	ACCIONES SUSCRITAS		-800	
3.1.1.01.001.0001	CAPITAL SOCIAL - ACC. SUSCRITAS			-800
3.2	RESERVAS	-21.062,46		
3.2.1	RESERVAS	-21.062,46		
3.2.1.01	RESERVAS			
3.2.1.01.001	RESERVA LEGAL		-21.062,46	
3.2.1.01.001.0001	RESERVA LEGAL			-1.062,46
3.2.1.01.001.0002	APORTES FUTURAS CAPITALIZACIONES			-20.000,00
3.3	RESULTADOS	-346.165,51		
3.3.1	UTILIDAD/PERDIDA	-346.165,51		
3.3.1.01	UTILIDAD/PERDIDA	-346.165,51		
3.3.1.01.001	UTILIDAD/PERDIDA		-346.165,51	
3.3.1.01.001.0001	RESULTADO DE EJERCICIOS AÑOS ANTERIORES			-126.459,89
3.3.1.01.001.0002	RESULTADO DEL EJERCICIO 2012			-82.802,51
3.3.1.01.001.0003	RESULTADO DEL EJERCICIO 2013			-116.236,88
3.3.1.01.001.0004	RESULTADO DEL EJERCICIO 2015			-20.666,23
RESULTADO DEL PERIODO 2016:		-54.866,19		
TOTAL ACTIVO		1.091.711,29		
TOTAL PASIVO		-668.817,13		
TOTAL PATRIMONIO		-422.894,16		
PASIVO+PATRIMONIO		-1.091.711,29		

Anexo 2

Estado de Resultados VIALDENTAL CIA. LTDA.

<u>VIALDENTAL GENERAL SERVICES CIA LTDA</u>				
<u>ESTADO DE RESULTADOS</u>				
<u>PERIODO:</u>	<u>DICIEMBRE</u>	<u>AÑO:</u>	<u>2.016</u>	
CODIGO	NOMBRE	VALOR	VALOR	VALOR
4	INGRESOS	-2.226.180,25		
4.1	INGRESOS OPERACIONALES	-2.226.180,25		
4.1.1	VENTAS	-2.226.180,25		
4.1.1.01	VENTAS			
4.1.1.01.001	VENTAS		-2.603.781,07	
4.1.1.01.001.0001	VENTAS 14%			-2.525.687,69
4.1.1.01.001.0002	VENTAS 0%			-78.093,38
4.1.1.03	DESCUENTOS-DEVOLUCIONES			
4.1.1.03.001	DEVOLUCION EN VENTAS		377.600,82	
4.1.1.03.001.0001	DESCUENTOS-DEVOLUCIONES EN VENTAS			377.600,82
5	COSTOS	1.496.221,50		
5.1	COSTOS DE VENTAS	1.496.221,50		
5.1.1	COSTOS DE VENTAS	1.496.221,50		
5.1.1.01	COSTO DE PRODUCTOS VENDIDOS			
5.1.1.01.001	COSTO DE PRODUCTOS		1.496.221,50	
5.1.1.01.001.0001	COSTO DE PRODUCTOS			1.496.321,50
5.1.1.01.001.0002	DESCUENTO Y DEV. EN COMPRAS			-100
6	GASTOS	675.092,56		
6.1	GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS	675.092,56		
6.1.1	ADMINISTRATIVOS	262.267,97		
6.1.1.02	SUELDOS Y SALARIOS	262.267,97		
6.1.1.02.001	SUELDOS ADMINISTRACION		222.242,42	
6.1.1.02.001.0001	SUELDO EMPLEADOS			121.771,66
6.1.1.02.001.0003	IESS APORTE PATRONAL			15.701,55
6.1.1.02.001.0004	SUELDOS NO DEDUCIBLES GERENCIA			53.172,59
6.1.1.02.001.0006	DECIMO TERCER SUELDO			10.860,76
6.1.1.02.001.0007	DECIMO CUARTO SUELDO			7.167,49
6.1.1.02.001.0008	VACACIONES			5.430,51
6.1.1.02.001.0009	FONDOS DE RESERVA			7.882,05
6.1.1.02.001.0015	ENCOMIENDAS Y ENVIOS			255,81
6.1.1.03	BENEFICIOS EMPRESA			
6.1.1.03.001	BENEFICIOS DE EMPRESA		8.054,38	
6.1.1.03.001.0002	BONIFICACION DESPIDO Y/O RENUNCIA			594,75
6.1.1.03.001.0004	SUELDO HORAS EXTRAS			7.459,63
6.1.2	GASTOS DE VENTAS			
6.1.2.02	SUELDOS Y SALARIOS			
6.1.2.02.001	SUELDOS DE VENTAS		9.538,88	
6.1.2.02.001.0011	ALIMENTACION Y REFRIGERIO			5.728,45
6.1.2.02.001.0012	ROPA DE TRABAJO			3.810,43
6.1.2.03	BENEFICIOS EMPRESA			
6.1.2.03.001	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX		136,18	
6.1.2.03.001.0008	GASTOS DE MOVILIZACION			136,18
6.1.3	GASTOS DEPRECIACION-AMORTIZACION			

6.1.3.01	DEPRECIACIONES			
6.1.3.01.001	DEPRECIACIONES		22.296,11	
6.1.3.01.001.0001	DEPRECIACIONES			22.296,11
6.1.4	GASTOS GENERALES	412.824,59		
6.1.4.01	MANTENIMIENTO	104.389,36		
6.1.4.01.001	MANTENIMIENTO LOCALES		104.389,36	
6.1.4.01.001.0001	INSTALACION, MANTENIMIENTO Y REPARACION EQUIPOS			25.774,04
6.1.4.01.001.0002	MANTENIMIENTO Y REPARACION VEHICULOS			12.458,87
6.1.4.01.001.0003	GASTOS MUEBLES-ENSERES Y EQUIPOS			44.369,79
6.1.4.01.001.0004	MANTENIMIENTO EN GENERAL			3.986,66
6.1.4.01.001.0005	ASESORIA EN VENTAS			17.800,00
6.1.4.02	OTROS GASTOS	168.282,96		
6.1.4.02.001	OTROS GASTOS		168.282,96	
6.1.4.02.001.0001	SUMINISTROS Y MATERIALES			59.484,82
6.1.4.02.001.0002	TELEFONIA FIJA			2.406,76
6.1.4.02.001.0003	ENERGIA ELECTRICA			1.420,70
6.1.4.02.001.0005	COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES			1.492,08
6.1.4.02.001.0007	SEGUROS			18.686,62
6.1.4.02.001.0009	TRANSPORTE DE EQUIPOS MEDICOS			16.630,12
6.1.4.02.001.0010	PATENTE Y 1.5 X MIL MUNICIPIO			5.758,88
6.1.4.02.001.0012	SERVICIOS PROFESIONALES			7.438,00
6.1.4.02.001.0013	GASTOS NOTARIALES			54,22
6.1.4.02.001.0014	GASTOS DE GESTION			4.217,06
6.1.4.02.001.0017	AFILIACIONES			3.422,53
6.1.4.02.001.0020	ALQUILER DE SERVICIOS			1.750,00
6.1.4.02.001.0021	ARRENDAMIENTO LOCAL			19.347,20
6.1.4.02.001.0022	INTERNET / TV CABLE			10.598,90
6.1.4.02.001.0025	SEGURIDAD Y MONITOREO			1.376,73
6.1.4.02.001.0026	TELEFONIA CELULAR			198,04
6.1.4.02.001.0027	MATERIALES DE ASEO Y LIMPIEZA			1.047,90
6.1.4.02.001.0028	FOTOCOPIAS / ANILLADOS			450,08
6.1.4.02.001.0030	SERVICIO DE BODEGAJE			8.725,06
6.1.4.02.001.0031	HOTEL HOSPEDAJE			2.237,66
6.1.4.02.001.0033	TICKET AEREO			441,2
6.1.4.02.001.0035	HONORARIOS PROFESIONALES			1.098,40
6.1.4.03	MOVIMIENTO NO OPERACIONAL	140.152,27		
6.1.4.03.001	GASTOS NO OPERACIONALES		140.152,27	
6.1.4.03.001.0001	GASTOS NO DEDUCIBLES			13.496,32
6.1.4.03.001.0002	INTERESES BANCARIOS			18.033,29
6.1.4.03.001.0003	COMISIONES BANCARIAS			15.838,53
6.1.4.03.001.0004	IMPUESTO SALIDA DE DIVISAS ISD			44.847,31
6.1.4.03.001.0005	IVA CARGADO AL GASTO			9.270,55
6.1.4.03.001.0006	INTERES FINANCIAMIENTO			1.553,00
	CARGO IMP. RENTA AÑO 2016			23.316,35
	PARTICIPACION EMPLEADOS 15%			13.796,92
RESULTADO DEL PERIODO 2016:		-54.866,19		

Anexo 3
Resina Herculite de la Kerr



Anexo 4
Publicidad de VIALDENTAL CIA. LTDA. de la Resina Herculite de la Kerr



Anexo 5

Sede Principal de VIALDENTAL CIA. LTDA.



Anexo 6
Entrevistas en VIALDENTAL CIA. LTDA.





