



Yura: Relaciones internacionales

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio

Revista electrónica: ISSN 1390-938x

N° 1 : Enero - marzo 2015

Importación de anticonceptivos como mecanismo generador de satisfactores sociales y empresariales. pp. 124

Peñaherrera Castro, Alejandra Salomé

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE

Sangolquí - Ecuador

Av. Gral. Rumiñahui s/n

alepcqe@hotmail.com

PLAN DE INVESTIGACIÓN DE COMERCIO INTERNACIONAL PARA LA IMPORTACIÓN DE ANTICONCEPTIVOS COMO MECANISMO GENERADOR DE SATISFACTORES SOCIALES Y EMPRESARIALES

Alejandra Peñaherrera
 Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE
 Ingeniería en Mercadotecnia



Metodología Científica (Mario Bunge)

Entrevistas: ginecólogos, analista químico
Encuestas: 148 personas entre 18 - 50 años

- Manejo de bases de datos
- Cubos OLAP
- Teoría de conjuntos
- Análisis de varianza

Países de origen

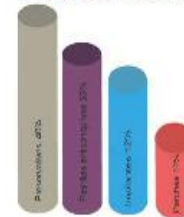
México	40%	China	50%
Brasil	32%	Malasia	26%
Argentina	28%	India	24%



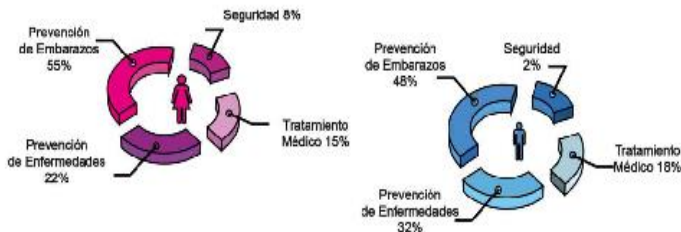
Importaciones



Anticonceptivos más utilizados



Razón de uso



Preparaciones químicas a base hormonas y otros espermicidas

Líneas de Investigación

- Responsabilidad sexual en una sociedad cambiante.
- Desarrollo de un sistema de información de importaciones en línea de uso gratuito.
- Sustitución de importaciones de anticonceptivos.

RESUMEN: Los organismos reguladores nacionales garantizan la calidad y cumplimiento de la normativa vigente de los anticonceptivos importados para la comercialización nacional. En el mercado ecuatoriano se identifican dos tipos de distribuidores: empresas públicas y privadas que ponen al alcance del consumidor final los diferentes tipos de anticonceptivos. Según esta investigación, empleando la metodología científica según Bunge, los usuarios tienen preferencia y mayor conocimiento de los preservativos y de los anticonceptivos de consumo vía oral como mecanismos de prevención de embarazos en su mayoría. Según los resultados obtenidos se proponen planes de acción que benefician a las partes involucradas, sector empresarial y consumidor final, mediante proyectos que se alinean con los objetivos que promueve el Plan Nacional del Buen Vivir.