

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO

FACULTAD DE QUÍMICA

TRABAJO ESCRITO VÍA CURSOS DE EDUCACIÓN CONTÍNUA

**EL PERFIL DEL VENDEDOR EXITOSO EN EL ÁREA DE LA
VENTA DE IMPLÁNTES ORTOPÉDICOS PARA VENTA
GOBIERNO Y VENTA PRIVADA**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
QUÍMICA FARMACÉUTICA BIÓLOGA

PRESENTA

KARLA IVETTE SAINZ ALMAZÁN

MÉXICO, D.F.

2006



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

JURADO ASIGNADO

PRESIDENTE PROF. RAÚL LUGO VILLEGAS

VOCAL PROF. EFREN HERNANDEZ BALTAZAR

SECRETARIO PROF. JOSE LUIS GONZALEZ GARCÍA

1° SUPLENTE PROFRA. NAYELI MANZANO SANCHEZ

2° SUPLENTE PROFRA. ZOILA NIETO VILLALOBOS

SITIO DONDE SE DESARROLLO EL TEMA: STRYKER MEXICO S.A. DE C.V.

ASESOR: JOSE LUÍS GONZALEZ GARCÍA MEDE

SUSTENTANTE: KARLA IVETTE SAINZ ALMAZAN

AGRADECIMIENTOS

A mis padres Luís Carlos y Berta, por regalarme la vida y permitirme desarrollarme en ella con su apoyo incondicional. Este triunfo es por y para ustedes, mil gracias. Los amo.

A mis hermanos Gaby y Luís Carlos, por estar conmigo en las buenas y en las malas, haber crecido con ustedes ha sido maravilloso, gracias.

A Beatriz por acompañarme y compartir el último sprint en la carrera, por ser una de las personas que más me ha apoyado en todo momento. Muchas gracias Bety.

A mis amigos Martha, Juan Carlos, Yola, Evelyn, Adriana, Elizabeth, Ramiro, a todos mis amigos y personas importantes para mí por su apoyo incondicional y por formar parte de mi vida. Gracias a todos.

A José Luís González García y a Nayeli Manzano Sánchez, por mostrarme, mediante el Diplomado en Ventas Industriales, las maravillas del mundo de las ventas. Gracias.

A Martha Garcés y Stephen Cassell, por darme la oportunidad de entrar al mundo de Stryker, por creer en mí, y por darme su apoyo y confianza en todo momento. Gracias.

INDICE

OBJETIVO GENERAL DEL TRABAJO.....	5
JUSTIFICACION DEL TRABAJO.....	5
INTRODUCCION.....	6
INFORMACION GENERAL.....	7
1. STRYKER, SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS.....	7
2. LAS FUNCIONES DEL VENDEDOR EN STRYKER.....	8
3. EL VENDEDOR EXITOSO.....	12
DISCUSION.....	19
CONCLUSIONES.....	26
RECOMENDACIONES.....	26
GLOSARIO.....	28
BIBLIOGRAFIA.....	28
DIRECCIONES DE CORREO.....	28

EL PERFIL DEL VENDEDOR EXITOSO EN EL AREA DE LA VENTA DE IMPLANTES ORTOPÉDICOS PARA VENTA GOBIERNO Y VENTA PRIVADA

OBJETIVO GENERAL DEL TRABAJO

Hacer una proyección del vendedor exitoso a las condiciones y necesidades de los profesionales en ventas de implantes ortopédicos en los ámbitos público y privado.

Dentro del trabajo, encontraremos y analizaremos las siguientes tablas y graficas:

TABLA 1	Cualidades esperadas para el vendedor de implantes ortopédicos para venta gobierno y venta privada
GRAFICA 1	Cualidades de perfil a cubrir por el vendedor de implantes ortopédicos para venta gobierno y privada
TABLA 2	Modelo AHC para cualidades indispensables del vendedor de implantes ortopédicos
TABLA 3	Cualidades necesarias para el vendedor de implantes ortopédicos
TABLA 4	Cualidades no necesarias, al principio, del vendedor de implantes ortopédicos.

JUSTIFICACION DEL TRABAJO

El presente trabajo, además de constituir parte del proceso de titulación del sustentante como Químico Farmacéutico Biólogo, pretende obtener información indispensable para que la empresa STRYKER México pueda realizar, de manera más efectiva, la selección del su personal para el área de ventas, además de

proporcionarle elementos para el diseño y realización de proyectos de capacitación permanente para el personal que ya labora en dicha empresa.

Lo anterior coadyuvará en un apoyo más eficiente a la labor del médico ortopedista y en última instancia, de sus pacientes.

INTRODUCCION

La venta en el área quirúrgica de la ortopedia, es complicada, ya sea dentro de hospitales privados o de gobierno, debido principalmente a que los implantes requeridos son vendidos por una gran variedad de casas comerciales (AESCULAP, BIOMET, JOHNSON & JOHNSON, SMITH & NEPHEW, STRYKER, ETC), cada una de estas empresas presenta particularidades respecto a los procedimientos de venta, entrega y cobro de los implantes, así como en el servicio que prestan a los médicos y personal de quirófano para el uso de los implantes que ofrecen.

La competencia, aunque es muy grande, tiene un factor que hace la diferencia entre todas las casas comerciales, y este es la calidad de sus vendedores.

La calidad de los vendedores se manifiesta durante la venta, desde la atención personalizada y puntual al cliente, y se continua con el servicio postventa.

Pero, ¿cómo favorecer el éxito de un vendedor dentro del área de implantes ortopédicos?

Es importante partir, por principio de cuentas, del perfil óptimo para el vendedor de este tipo de implantes, que, aunque no asegura totalmente el éxito de éste, si facilita su selección y capacitación, generando mayores posibilidades de éxito en la actividad del vendedor, cordón umbilical de las empresas y puente entre el productor y los consumidores.

INFORMACION GENERAL

Es de suma importancia seleccionar un modelo de estudio para la conformación del perfil más adecuado del vendedor de implantes ortopédicos para hospitales de gobierno y privados. En este caso se tomará a STRYKER México como modelo de empresa y el perfil del vendedor se adecuará a sus necesidades.

1. STRYKER, SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS ¹

STRYKER México es una empresa estadounidense fundada en el año de 1941 por el Dr. Homer Stryker en Kalamazoo Michigan, EUA.

La compañía se puso la meta de ayudar a los pacientes a tener una vida más activa y más gratificante mediante unos productos y servicios que hacen que la cirugía y la recuperación sean más sencillas, más rápidas y más efectivas.

Aproximadamente el 80% de las ventas anuales de STRYKER se producen en el mercado de implantes y equipos de Ortopedia cuyo valor, a nivel mundial, asciende a 16,3 mil millones de dólares. La Compañía es uno de los líderes del mercado en esta industria dinámica que está en fase de expansión rápida.

STRYKER tiene los productos de mayor venta en un gran número de las sub-categorías del negocio.

La Compañía también participa en más segmentos del mercado: la endoscopia que tiene un valor, a nivel mundial, de 6,9 mil millones de dólares; Servicios de Fisioterapia en los Estados Unidos que tiene un valor de 4,6 mil millones de dólares y en el segmento de las Camas Hospitalarias y Camillas en Norteamérica con un valor de 800 millones de dólares.

¹STRYKER, THE HISTORY. Spine Training Manual. pp 1-3.

Actualmente STRYKER, que ha crecido hasta ser una de las más importantes a nivel mundial en el rubro de equipo médico e implantes ortopédicos, cuenta con las siguientes divisiones:

- *Orthopaedics* (implantes de rodilla, cadera, columna y trauma).
- *Instruments* (instrumentales médicos para cirugía ortopédica principalmente).
- *Endoscopy* (equipo y material para endoscopias).
- *Medsurg* (camas y camillas para hospitales).

Para el desarrollo del tema, nos enfocaremos en lo que es la división de ORTHOPAEDICS, y empezaremos por señalar cuales son los productos que se venden en esta línea.

ORTOPEDIA.- en esta subdivisión encontramos prótesis de rodilla y de cadera, implantes utilizados en las artroplastías de rodilla y cadera que dan movilidad a la articulación afectada.

COLUMNA.- en esta subdivisión se ofertan implantes para fijación de las diferentes secciones de la columna, ya sea cervical, torácica o lumbar, a fin de dar estabilidad a la parte afectada.

TRAUMA.- los implantes de la línea trauma son utilizados para fijar huesos largos fracturados (extremidades). Son implantes requeridos en emergencias principalmente.

2.- LAS FUNCIONES DEL VENDEDOR EN STRYKER.

En la división de *ORTHOPAEDICS*, y de acuerdo al Contrato individual de trabajo por tiempo indeterminado que celebran por una parte STRYKER Servicios Administrativos S. de R.L. de C. V. como empresa y el empleado.²

El empleado tendrá, entre otras, las siguientes obligaciones:

1. PLANEACION DE ESTRATEGIAS E IMPLEMENTACION DE LOS PLANES DE MERCADEO.

Los vendedores tienen como función al ser asignados los territorios de cada uno, de conocer y segmentar el mercado de la venta de implantes de acuerdo a factores como: el poder adquisitivo del hospital y procedimientos de adquisición determinados por el hospital.

Una vez segmentado, el vendedor debe conocer a los médicos clientes y clientes potenciales de cada hospital de su zona, e investigar con que casas comerciales, además de Stryker, trabajan, con el fin de establecer los planes de mercadeo para cada cliente.

2. PROMOCION Y VENTA DE LOS PRODUCTOS DEL AREA DE ORTOPEDIA.

Los vendedores deben promocionar, mediante visitas continuas y talleres a los médicos, toda la línea de implantes ortopédicos, sean reemplazos articulares o columna y trauma para otra línea, hasta conseguir venta del implante.

Como herramientas de trabajo, se cuenta con muestras de los implantes colocados en huesos sintéticos, así como literatura sobre técnicas quirúrgicas de cada sistema.

En el caso de talleres, el vendedor lleva el instrumental para que el médico coloque el sistema en un hueso sintético, le explica al médico la técnica y señalando las ventajas de la misma sobre otros sistemas, cómo puede ser la colocación más sencilla, en menos pasos, y los beneficios de la misma enfatizando en el menor tiempo de cirugía y en un manejo más sencillo del instrumental, esta parte permite al médico conocer

² Contrato individual de trabajo por tiempo indeterminado que celebran por una parte Stryker Servicios Administrativos S. de R.L.. de C.V. como empresa y el empleado. Cláusulas 4, 5, 6, y 7

físicamente el producto y la técnica quirúrgica antes de colocarlo, generando confianza en el producto.

La adecuada explicación y conducción de los talleres es un factor clave para la venta de los implantes.

3. ATENCION A CLIENTES DE LOS ÁMBITOS PRIVADO Y DE GOBIERNO.

Es importante mencionar que existen muchas diferencias ente un hospital de gobierno y uno privado, tales como las instalaciones de los mismos, el equipo con que cuentan, y el nivel económico de los pacientes ente muchos otros, sin embargo, un factor muy importante para la venta de implantes ortopédicos son los procesos de adquisición de los mismos.

En términos generales (existen excepciones) en los hospitales de gobierno, en los cuales se lleva a cabo la venta por medio de licitaciones e invitaciones restringidas, que involucran al área administrativa y de adquisiciones, mismas que se llevan a cabo anualmente.

Existen hospitales en los que es el mismo paciente quien tiene que llevar su material, ya que el hospital no cuenta con el dinero ni la estructura para comprarlo, mientras que en los hospitales privados, la adquisición de implantes se lleva a cabo mediante la venta directa al usuario (médico), teniendo en algunos casos, al hospital como intermediario de la venta.

Mención aparte merece la actividad de los distribuidores, con los que se da la venta directa, y ellos a su vez, venden a los usuarios finales, aunque la asistencia técnica para la colocación del implantes se proporciona directamente por parte de la empresa.

4. *DESARROLLO, APOYO Y ASESORIA TECNICA Y COMERCIAL A MÉDICOS, PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE ENFERMERIA EN HOSPITALES, USUARIOS FINALES DEL PRODUCTO.*

El vendedor debe asesorar a los usuarios finales (médicos) sobre los sistemas más adecuados para resolver el problema específico de cada paciente, cubriendo las necesidades del mismo con los sistemas que se venden, y posteriormente, debe

asesorar a médicos y enfermeras quirúrgicas sobre las técnicas quirúrgicas para cada uno de los sistemas.

El vendedor es el responsable de proveer los sets (juegos) completos de implantes y el instrumental para colocarlos, así como proporcionar el servicio de instrumentación mediante el apoyo de un instrumentista durante la cirugía. Es importante la presencia del vendedor durante la cirugía para aclarar dudas y asesorar a los médicos, en caso de existir algún problema en la colocación del implante.

5. APOYO Y ASESORIA TECNICA Y COMERCIAL A LA FUERZA DE VENTAS DE STRYKER MEXICO.

El vendedor debe enseñar y entrenar a instrumentistas y vendedores de reciente ingreso en los productos que se ofertan, así como en las técnicas quirúrgicas de los sistemas de implantes que ofrece la empresa.

El vendedor se obliga y se compromete a observar las instrucciones de carácter general, que reciba por parte de la EMPRESA y que se encuentre relacionados con la actividad para la que se contrató.

Igualmente se obliga el vendedor a acatar las instrucciones que, en forma especial, se le den por la EMPRESA para el mejor desempeño de los servicios que en este Contrato se pactaron.

La empresa evaluará el desarrollo del vendedor; esta evaluación estará basada en los criterios relacionados al puesto y a los objetivos acordados por las partes al inicio de la relación de trabajo que se plasmó en el Contrato de trabajo.

El vendedor está obligado a cubrir una cuota mensual de venta, conforme a lo establecido en las políticas de venta y recibirá comisiones determinadas en el anexo uno del presente Contrato individual de trabajo.

El vendedor debe cumplir con el Código de Conducta de la Empresa³ al llevar a cabo las funciones de una forma legal, honrada y ética con respecto a los lineamientos que la misma empresa establece.

Además de las cláusulas contractuales, entre las funciones de los vendedores de implantes ortopédicos, está la de conocer el funcionamiento del área de adquisiciones de los hospitales, para convenir las condiciones comerciales, la entrega de listas de precios de los implantes, conocer las normas para entrega de implantes y de las políticas de operación de la Central de Equipos y Esterilización (CEYE) para la entrega de instrumentales e implantes y la esterilización de los mismos.

Es función del vendedor atender a sus clientes en el momento en que sea requerido, principalmente en los casos de urgencias traumatológicas, en las cuales el tiempo de espera para la realización de la cirugía es un factor crítico para el éxito de la misma.

El servicio deberá realizarse en todas las ocasiones en las que se cuenten con los medios para realizar la cirugía, no importando día ni hora de la cirugía.

3.- EL VENDEDOR EXITOSO

Muchas personas piensan que cualquiera puede vender, sin embargo, son pocas las que tiene éxito en esta actividad, y esto podríamos atribuirlo a la vocación como la clave para vender. El que no es apto, no podrá obtener los mismos resultados que al que le gusta vender, que al que le es agradable hacerlo, que no se siente obligado y que encuentra en su trabajo una razón de vida⁴.

Pero nos preguntamos, ¿Qué es lo que hace un vendedor para ser exitoso en su trabajo de ventas?, existen varios factores que influyen en ello y, por lo tanto, una

³ Código de Conducta de STRYKER México S.A. de CV.

⁴ Notas del Diplomado en Ventas Industriales, Módulo II, "La psicología del vendedor", La formación del vendedor/El enfoque y la mentalidad comercial de los vendedores/ nota técnica num. DV.EMCV.10/10.5 p. 24 del Ing. José Luis González García MEDE FQ-UNAM 2006

gran variedad de acciones que coadyuvan para la eficacia y eficiencia⁵ del vendedor, algunas de ellas se enumeran a continuación:

- **Tiene una fuerte y saludable autoestima⁶.**- El éxito de un vendedor está intrínsecamente relacionado con lo que él piense y sienta de sí mismo. Una autoestima saludable generalmente significará una persona que luchará por alcanzar sus metas.

Es importante diferenciar una autoestima saludable de las actitudes de vanidad y prepotencia las cuales son manifestaciones de una personalidad enferma, que se manifiesta con estos complejos de inferioridad, y que en consecuencia afectan negativamente las ventas.

Un vendedor con una autoestima saludable tiene un estilo propio, es auténtico, generalmente optimista, confía en sí mismo y en su capacidad, sin caer en el exceso. El vendedor que es auténtico, va creando también su propio estilo y técnica de ventas, basado en su personalidad, que lo identifica con sus clientes

- **El se considera y se comporta como un profesional⁷.**
 - A. No ve las ventas como una ocupación pasajera, sino que las visualiza como una profesión, las ventas es donde estará el resto de su vida.
 - B. El vendedor exitoso tiene la madurez necesaria para concluir lo que empieza, y se entrega a sus labores al 100 % sin dejar algo a la mitad.
 - C. El vendedor profesional, satisface ampliamente las necesidades de sus clientes.
 - D. No pierde de vista los objetivos de ventas y se da tiempo para aprender de sus errores, porque también es un ser humano y tiene defectos

⁵ Nos referimos a eficiencia cuando se habla de acciones que contribuyan al rendimiento en el corto plazo de la función que realiza el vendedor. Y las acciones eficaces, son aquellas que se orientan más a la visión de futuro en las responsabilidades del vendedor .

⁶ www.todosobreventas/10cualidaesvendedor exitososo

⁷ www.todosobreventas/10cualidaesvendedor exitososo

como cualquier persona, los reconoce y además se compromete a no volver a cometerlos.

E. Los valores del vendedor profesional predominan, y lo llevan a triunfar por encima de aquellos vendedores irresponsables, deshonestos, arrogantes y vanidosos.

- **Es extrovertido y empático.**- Para el vendedor es fácil relacionarse con otras personas, aunque resulten extrañas en un principio, ya que está acostumbrado a tratar con todo tipo de personas⁸. En el proceso de ventas, desde la presentación con el cliente hasta la culminación de la venta, el vendedor crea empatía⁹ con el cliente involucrando a todas las personas con las que se relaciona. Un vendedor que tiene empatía con el cliente tiene más probabilidades de venderle que aquel que no la tiene.
- **Es consciente de su “empaquetado”**¹⁰.- Sabe que los clientes se harán una primera imagen de él dependiendo de su “presentación y arreglo personal”. Por eso demuestra respeto por sus interlocutores presentándose de manera adecuada, limpio y arreglado.
- **El éxito sin límite**¹¹.- Un vendedor exitoso no se pone límites, siempre está buscando la superación de sus propias metas. El verdadero vendedor no tiene salario fijo, se encarga de establecer el nivel de ingresos que más le satisface¹². Para el verdadero vendedor, no hay límites de ingresos, tiempo

⁸ Notas del Diplomado en Ventas Industriales, Módulo II, “La psicología del vendedor”, La formación del vendedor/El enfoque y la mentalidad comercial de los vendedores/ nota técnica num. DV.EMCV.10/10.5 p. 34. del Ing. José Luis González García MEDE. FQ UNAM 2006

⁹ La empatía como sinónimo de “hacer química” entender y comprender al cliente y ponerse en sus zapatos.

¹⁰ www.todosobreventas.com/10cualidaesvendedor exitososo/

¹¹ www.mailxmail.com/curso/empresa/vendedor exitososo/capitulo2

¹² Notas del Diplomado en Ventas Industriales, Módulo II, “la psicología del vendedor”, La formación del vendedor/El enfoque y la mentalidad comercial de los vendedores/ nota técnica num. DV.EMCV.10/10.5 p. 32

ni lugar, ya que trabaja con la libertad y decisión propia para lograr sus objetivos diarios

- **Mente positiva**.- Un vendedor exitoso siempre piensa que existe un cliente esperándolo, solo tiene que ingeniárselas para encontrarlo. No le es tan importante la situación económica del país, sabe que siempre existirá un cliente para el producto que vende, el optimismo, es la clave en su trabajo.
- **Está fuertemente orientado a los resultados**¹³.- Entiende bien que el proceso es clave para lograr resultados, pero mantiene en mente siempre lo que quiere lograr. Un vendedor exitoso no pierde de vista, en ningún momento, el objetivo de su trabajo: vender cubriendo y superando las cuotas y metas que él y la empresa se han fijado.
- **Ausencia de temores**.- un vendedor exitoso no tiene miedo a las cuotas, ni a los problemas que existen dentro de la empresa, ellos se ponen sus propias metas y saben que van a cumplirlas. El sabe que el NO está presente en todos y cada uno de sus nuevos clientes, y que es su responsabilidad cambiar ese NO por un SI.
- **Buen Humor**.- El sentido del humor es una medida de la madurez en las personas, por lo que un vendedor exitoso tiene siempre buen humor, disfruta de su trabajo y de cada venta que logra, aprendiendo y apreciando los chistes de sus clientes, aprendiendo de la tonterías que comete, y no se toma tan en serio la vida. Un vendedor con buen humor y una mente ágil logra mejor empatía con los clientes y sale más fácilmente de cualquier situación difícil.
- **Realismo**.- un vendedor exitoso tiene los pies puestos sobre la tierra, no se pone metas imposibles de cumplir, es congruente con el mercado que

¹³www.todosobreventas/10cualidaesvendedorexitoso

maneja. Además, está consciente de su producto y de la empresa que representa y no miente al cliente con tal de quedarse con la venta.

- **Maneja una sana ambición por ganar bien.**- Tiene una sana visión de lo que representa el dinero, y se siente a gusto aspirando a ganar más constantemente. Por eso se pone sus propias metas de ventas, y trabaja para lograrlas, de manera ética y responsable, a diferencia de los empleados que trabajan a gasto fijo, el sabe que está contratado bajo condiciones de costo variable.
- **Conocimiento del producto.**- El vendedor exitoso necesita conocer a fondo el producto que maneja para poder tener los mejores argumentos de venta, este paso es el número 1 y es la clave de la argumentación frente a los clientes para disipar sus dudas y contrarrestar las objeciones. Se capacita y actualiza permanentemente, lo cual refleja durante las entrevistas con los clientes resolviendo dudas y planteando nuevas posibilidades que satisfagan las necesidades del cliente.

En el área de la ortopedia, es necesario conocer la anatomía y fisiología del sistema músculo-esquelético, la mecánica motriz del cuerpo, las patologías más comunes sufridas por el ser humano, así como las características, usos, ventajas, y beneficios de los productos que se venden, dando respuestas a las dudas de los clientes.

Es importante conocer también los productos de la competencia, a fin de poder encontrar las ventajas de los productos que se promocionan sobre los productos de la competencia.

- **Presenta una fuerte orientación hacia la proactividad.**- El vendedor profesional genera sus propias acciones. Puede trabajar sin supervisión cercana y aún así cumple con sus tareas.

El vendedor exitoso se capacita y actualiza constantemente en técnicas de ventas nuevas, productos nuevos y la competencia, siempre esta ávido de

información que le pueda ser útil para desarrollar su actividad e incrementar sus ventas.

Un vendedor que no es proactivo es fácilmente rebasado, ya que carece de la actitud de ir un paso más adelante que los demás. Un vendedor proactivo siempre va a buscar la manera de dar un *plus* a su actividad y una mejor atención a sus clientes.

En el área de la ortopedia, el servicio es un factor clave para que un médico decida entre una u otra casa comercial, ya que para ellos la tranquilidad de un *set* de implantes, de un instrumental completo y a tiempo, además de una buena asesoría técnica del vendedor y/o del técnico instrumentista durante la cirugía, es fundamental para el éxito de la misma, y siempre van a preferir la casa comercial que le proporcione el mejor servicio.

- **Es un excelente comunicador.-** Sabe que la palabra es al vendedor lo que el instrumento al músico. Cuida mucho su vocabulario y su forma de escribir. Se esfuerza por escuchar al cliente. En el área de la ortopedia es fundamental la comunicación entre el vendedor y su cliente, ya que al no detectar la necesidad que tiene el médico se puede perder la venta y, en casos extremos, al cliente, ya que una comunicación deficiente entre vendedor y médico pone en riesgo el éxito de la cirugía y la salud de los pacientes. Es importante identificar el tipo de cliente que se tiene, ya que es necesario adecuarse a su forma de comunicación para ser claros y evitar las confusiones.
- **Relación con el cliente.-** el vendedor exitoso sabe que la relación con su cliente es vital, por lo cual la relación empieza con la venta y se hace permanente. La finalidad del vendedor es formar su propia cartera de clientes y lograr, de los mismos, una fidelidad a toda prueba.

En este punto se conjuntan principalmente la empatía y el servicio que se les proporciona.

Es más fácil comprender las necesidades de un cliente con quien se tiene empatía y generar su satisfacción por el servicio prestado, creando un vínculo de fidelidad, ya que muchas veces, el cliente no compra por la marca, sino por el vendedor.

- **Conciliación.- Los vendedores exitosos son conciliadores; se empapan de los procesos organizacionales** y los entienden, saben que, aunque el es la imagen representativa de la empresa, necesita el soporte de las demás áreas (producción, importaciones, operaciones, almacenes, etc.) y todas las personas que laboran en las mismas.

El vendedor exitoso sabe que el trabajo en equipo es fundamental para dar un servicio de calidad y lo promueve dentro de su empresa.

- **Amor a la profesión.-** Por último, tenemos que decir que los “fuera de serie” aman intensamente su profesión._ Hay muchos vendedores que afirman que el trabajo les agrada por la cantidad de persona que les permite conocer a diario, hacen amigos, conocen gente interesante, se sienten útiles, pelean, discuten, resuelven problemas, ayudan y también experimentan frustración, alegría, tristeza, bienestar, y otros sentimientos y estados de ánimo todos en el mismo día, lo cual contribuye a su maduración, llenándolo tanto profesional como personalmente.

DISCUSION

Tomando en cuenta las acciones claves y características del vendedor exitoso en función de las tareas que debe desempeñar, podemos ir definiendo las actitudes, habilidades y conocimientos deseables para facilitar su óptima labor en el medio de la venta de implantes ortopédicos para hospitales de gobierno y privados.

Para tener elementos suficientes para esta discusión y, basándonos en las funciones de los vendedores de implantes ortopédicos de STRYKER, así como en las características claves de un vendedor exitoso, se seleccionaron las Actitudes, Habilidades y Conocimientos que se consideran fundamentales y se hizo un análisis de las mismas.

Para tal efecto, se tomó la opinión de los gerentes de ventas de ortopedia, columna y trauma, del director general de la empresa, de un vendedor de ortopedia, y de un médico jefe de servicio de ortopedia en un hospital de gobierno, en cuanto a las cualidades ideales del vendedor de STRYKER, y posteriormente, se hizo el análisis de las más citadas por las personas entrevistadas, poniendo como valores las características o cualidades que debe tener un vendedor, y calificándolas del 1 al 5 dependiendo de la importancia que tenía para cada uno de los encuestados (segmentos con los que el vendedor interacciona), siendo el 1 el valor más bajo o no deseable, hasta llegar al 5 que representaría la cualidad indispensable para un vendedor de implantes ortopédicos.

Se realizó de esta manera la encuesta, obteniendo los resultados presentes en la tabla 1.

Posteriormente se realizó una gráfica (gráfica 1) en la cual se toma el total de los valores obtenidos para cada cualidad, teniendo el número 25 como valor más alto, lo cual indica que todas las partes encuestadas estuvieron de acuerdo en que la cualidad calificada con este valor es la más importante que debe tener un vendedor.

Partiendo del valor más alto, se identificaron valores que, aunque tienen importancia para las ventas exitosas, no son tan importantes para el cliente como para la compañía, o viceversa.

TABLA 1.- CUALIDADES ESPERADAS PARA EL VENDEDOR DE IMPLANTES ORTOPEDICOS

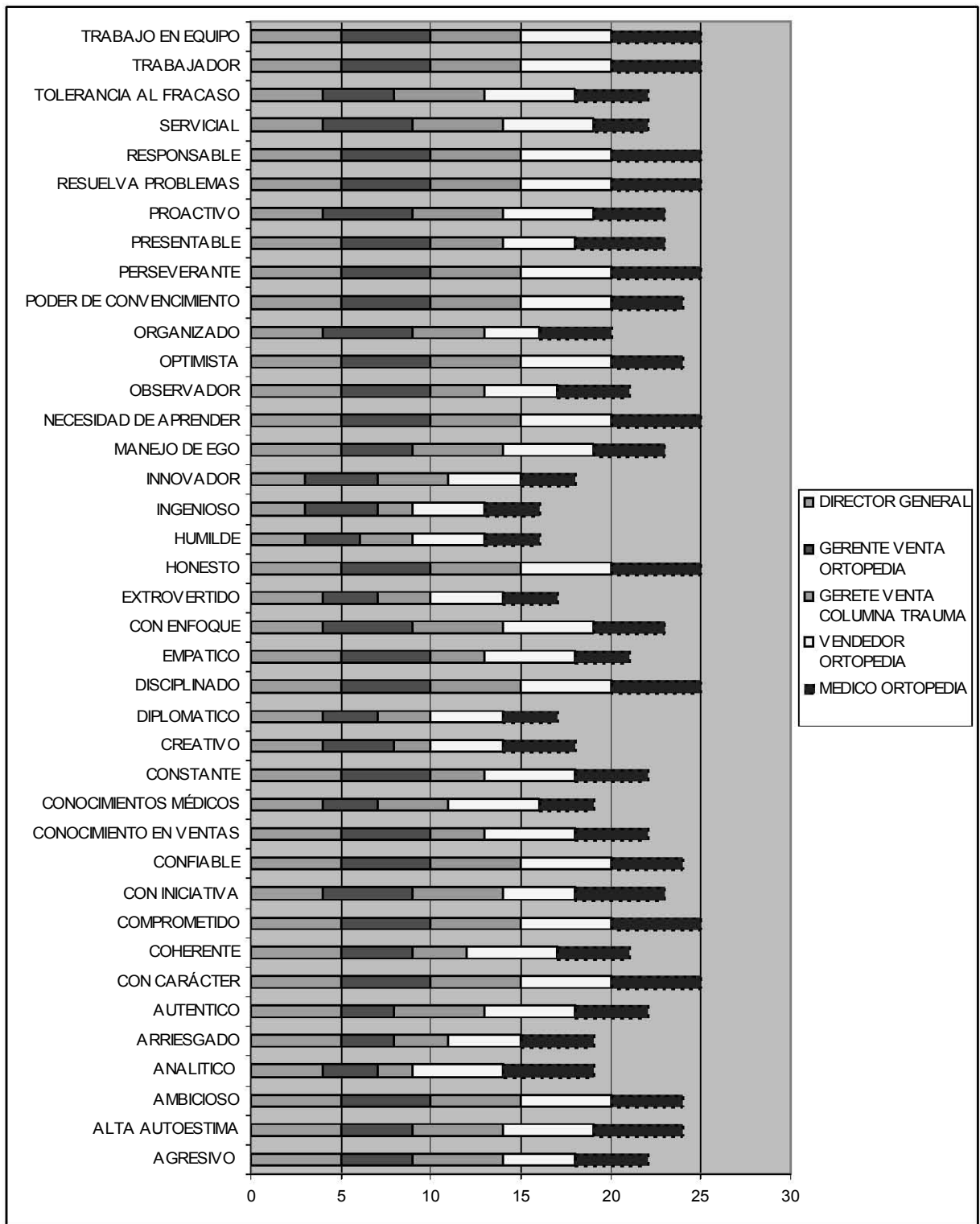
NIVEL	
INDISPENSABLE	5
NECESARIO	4
DESEABLE	3
INDEFERENTE	2
NO DESEABLE	1

ENCUESTADOS	
D.G	DIRECTOR GENERAL STRYKER
G.V.C.	GERENTE VENTAS COLUMNA
G.V.O.	GERENTE VENTAS ORTOPEDIA
V.O.	VENDEDOR ORTOPEDIA
M.J.S.O.	MEDICO JEFE SERVICIO ORTO.

CARACTERÍSTICAS	D.G.	G.V.O.	G.V.C.	V.O.	M.J.S.O.	TOTAL
AGRESIVO	5	4	5	4	4	22
ALTA AUTOESTIMA	5	4	5	5	5	24
AMBICIOSO	5	5	5	5	4	24
ANALITICO	4	3	2	5	5	19
ARRIESGADO	5	3	3	4	4	19
AUTENTICO	5	3	5	5	4	22
CON CARÁCTER	5	5	5	5	5	25
COHERENTE	5	4	3	5	4	21
COMPROMETIDO	5	5	5	5	5	25
CON INICIATIVA	4	5	5	4	5	23
CONFIABLE	5	5	5	5	4	24
CONOCIMIENTO EN VENTAS	5	5	3	5	4	22
CONOCIMIENTOS MÉDICOS	4	3	4	5	3	19
CONSTANTE	5	5	3	5	4	22
CREATIVO	4	4	2	4	4	18
DIPLOMATICO	4	3	3	4	3	17
DISCIPLINADO	5	5	5	5	5	25
EMPATICO	5	5	3	5	3	21

Continuación tabla 1

CARACTERÍSTICAS	D.G.	G.V.O.	G.V.C.	V.O.	M.J.S.O.	TOTAL
CON ENFOQUE	4	5	5	5	4	23
EXTROVERTIDO	4	3	3	4	3	17
HONESTO	5	5	5	5	5	25
HUMILDE	3	3	3	4	3	16
INGENIOSO	3	4	2	4	3	16
INNOVADOR	3	4	4	4	3	18
MANEJO DE EGO	5	4	5	5	4	23
NECESIDAD DE APRENDER	5	5	5	5	5	25
OBSERVADOR	5	5	3	4	4	21
OPTIMISTA	5	5	5	5	4	24
ORGANIZADO	4	5	4	3	4	20
PODER DE CONVENCIMIENTO	5	5	5	5	4	24
PERSEVERANTE	5	5	5	5	5	25
PRESENTABLE	5	5	4	4	5	23
PROACTIVO	4	5	5	5	4	23
RESUELVA PROBLEMÁS	5	5	5	5	5	25
RESPONSABLE	5	5	5	5	5	25
SERVICIAL	4	5	5	5	3	22
TOLERANCIA AL FRACASO	4	4	5	5	4	22
TRABAJADOR	5	5	5	5	5	25
TRABAJO EN EQUIPO	5	5	5	5	5	25



GRAFICA 1.- CARACTERÍSTICAS DE PERFIL A CUBRIR POR EL VENDEDOR DE IMPLANTES ORTOPEDICOS PARA VENTA GOBIERNO Y PRIVADA

Se hizo una segmentación de las características según su importancia para el puesto de vendedor, clasificándolas por actitudes, habilidades y conocimientos, y observamos

las cualidades con puntuación de 25, y por lo tanto indispensables del modelo deseable de vendedor de implantes ortopédicos.

TABLA 2.- MODELO AHC PARA CUALIDADES INDISPENSABLES DEL VENDEDOR DE IMPLANTES ORTOPEDICOS

CUALIDADES	TOTAL	AHC
CON CARÁCTER	25	A
COMPROMETIDO	25	A
DISCIPLINADO	25	A
HONESTO	25	A
NECESIDAD DE APRENDER	25	A
PERSEVERANTE	25	A
RESUELVA PROBLEMÁS	25	H
RESPONSABLE	25	A
TRABAJADOR	25	A
TRABAJO EN EQUIPO	25	H

Donde A= actitud, H=habilidad y C=conocimiento

De acuerdo a esta tabla, observamos que de las 10 características más importantes para los directivos de la empresa y el cliente, es decir, las más indispensables, el 80% corresponde a actitudes del vendedor, características inherentes a el y difícilmente cambiables.

Las habilidades indispensables en esta área (20%), corresponden al servicio al cliente totalmente, más que con la venta en sí, lo cual nos indica que el servicio al cliente es muy importante para la venta de implantes ortopédicos.

En una segunda tabla con las cualidades necesarias, con una puntuación entre 24 y 20, se observó que existe un mayor equilibrio entre habilidades y actitudes, es decir, que las habilidades, aunque son deseables y en algunos casos necesarias, no son indispensables al inicio, ya que pueden desarrollarse con la capacitación adecuada, la experiencia y la actualización permanente.

Debe ponerse atención que existen cualidades que tienen una importancia diferente entre la empresa y el cliente, para el cual es menor que para la empresa, tales como

son el que sea observador, empático, extrovertido, optimista y con poder de convencimiento, ya que esas cualidades están más enfocadas a la venta en si que al servicio, que es lo que el cliente pide.

**TABLA 3.- CUALIDADES NECESARIAS PARA EL VENDEDOR
DE IMPLANTES ORTOPÉDICOS**

CUALIDADES	TOTAL	AHC
AGRESIVO	22	A
ALTA AUTOESTIMA	24	A
AMBICIOSO	24	A
AUTENTICO	22	A
COHERENTE	21	A
CON INICIATIVA	23	A
CONFIABLE	24	A
CONOCIMIENTO EN VENTAS	22	C
CONSTANTE	22	A
EMPATICO	21	A
CON ENFOQUE	23	H
MANEJO DE EGO	23	H
OBSERVADOR	21	H
OPTIMISTA	24	A
ORGANIZADO	20	H
PODER DE CONVENCIMIENTO	24	H
PRESENTABLE	23	H
PROACTIVO	23	A
SERVICIAL	22	A
TOLERANCIA AL FRACASO	22	A

Donde A= actitud, H=habilidad y C=conocimiento

Por ultimo, tomamos las características con puntuación menor a 20 o indiferentes para desarrollar el puesto de venta de implantes ortopédicos.

**TABLA 4.- CUALIDADES NO NECESARIAS, AL PRINCIPIO, DEL VENDEDOR DE
IMPLANTES ORTOPÉDICOS.**

CARACTERÍSTICAS	TOTAL	AHC
ANALITICO	19	A
ARRIESGADO	19	A
CONOCIMIENTOS MÉDICOS	19	C
CREATIVO	18	H
DIPLOMATICO	17	H
EXTROVERTIDO	17	A
HUMILDE	16	A
INGENIOSO	16	H
INNOVADOR	18	H

Donde A= actitud, H=habilidad y C=conocimiento

En cuanto a las características que son indiferentes para definir el perfil del vendedor exitoso en la venta de implantes ortopédicos encontramos en su mayoría habilidades, las cuales pueden o no ser requeridas, al principio, dependiendo del tipo de cliente, y que pueden ser desarrolladas, al igual que los conocimientos.

En el caso de la actitud de extroversión, se considera indiferente ya que existen otros factores, como la actitud de servicio, que el cliente valora mucho más.

Es importante indicar que, el hecho de que tengan la menor puntuación, no quiere decir que sean cualidades menos importantes para el vendedor de implantes ortopédicos, sino solamente que para alguno de los encuestados existen valores que ellos toman mucho mas en cuenta.

CONCLUSIONES

Después de llevar a cabo el análisis de las características de los vendedores exitosos, y de proyectarlas a las funciones del vendedor de implantes ortopédicos, así como la opinión de diferentes personas relacionadas con la comercialización y uso de los productos de la empresa, llegamos a las siguientes conclusiones:

- Son las actitudes del vendedor las que definen más claramente su éxito o fracaso.
- Las habilidades y conocimientos, aunque deseables desde su incorporación en la empresa, deben desarrollarse con la capacitación, la actualización y la experiencia como profesional de ventas, ya que para el desarrollo profesional de la técnica de ventas, herramienta primordial del vendedor, debe tenerse un conocimiento profundo de los productos que vende y de los productos de la competencia
- El vendedor es un ser holístico en el que se interaccionan actitudes, habilidades y conocimientos, por lo que, al conjuntarse, definen su personalidad.

RECOMENDACIONES:

A la luz de las conclusiones obtenidas y de la experiencia, sugiero las siguientes recomendaciones para optimizar la actividad del profesional de ventas:

- A. La selección del personal de ventas debe basarse en la detección de las actitudes señaladas como indispensables, así como en un nivel cultural suficiente para valorar la trascendencia de la función que le corresponde.

- B. El vendedor deberá ser sujeto a una capacitación en el conocimiento de la empresa, su organización y administración, sus productos y el medio en que se desenvolverá.
- C. Deberá existir una actualización permanente del personal de ventas, que le permita estar al tanto de las innovaciones tecnológicas de los productos que oferta, en las innovaciones en las técnicas de ventas, así como en el uso paralelo de las tecnologías en las ventas.
- D. La empresa debe promover reuniones frecuentes entre en personal de sus diferentes departamentos, con el fin de convencerlos que el éxito depende del monto de las ventas y que producción, almacén, administración, etc, son factores de suma importancia en los logros del vendedor.

GLOSARIO

AUTESTIMA.- la visión que se tiene de uno misma

EMPATIA.- Identificación mental y afectiva de un sujeto con el estado de ánimo de otro

HOLÍSTICO.- del todo o que se considera algo como un todo.

ACTITUD.- postura que denota estado de animo.

BIBLIOGRAFIA

1.- STRYKER, THE HISTORY. Spine Training Manual. Pp 1-3.

Contrato individual de trabajo por tiempo indeterminado que celebran por una parte Stryker Servicios Administrativos S. de R.L.. de C.V. como empresa y el empleado.

Cláusulas 4, 5, 6, y 7.

2.- Código de Conducta de Stryker México S.A. de CV.

3.- Notas del Diplomado en Ventas Industriales, Módulo II, “la psicología del vendedor”, La formación del vendedor/El enfoque y la mentalidad comercial de los vendedores/ nota técnica num. DV.EMCV.10/10.5 pp. 24, 32, 34. Autor: Ing. José Luis González García MEDE, FQ-UNAM 2006

DIRECCIONES DE CORREO:

1.- www.todosobreventas/10cualidaesvendedor exitos o

2.- www.mailxmail.com/curso/empresa/vendedor exitos o