

Protectores Sanitarios

Presenta:

Sonia Jaime Vaca

Sebastián Vásquez Vásquez

Docente:

Carlos Alberto Lozano Moreno

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

Administración de Empresas

Opción de Grado I 10121

Bogotá

2018

Contenido

1. Presentación	3
2. Necesidades	4
3. Beneficiarios	5
4. Estudio de Mercado.....	5
5. Resultados	7
6. Presentación del producto	7
7. Identidad estratégica.....	8
8. Futuro preferido	8
9. Marco legal.....	9
10. Impactos	18
11. Fuerza competitiva:	18
Conclusión.....	20

1. Presentación

Inicialmente para detectar la necesidad, se realizó un estudio que consistía en observar el día a día de las personas que se encontraban en nuestro entorno, en lugares como el trabajo y la universidad, bares, centros comerciales, entre otros. Este estudio permitió evidenciar que las mujeres utilizan los baños públicos con mayor frecuencia y de forma distinta a los hombres. También que las mujeres son más vulnerables a adquirir enfermedades por el uso de baños públicos y en ocasiones por el mal uso de los mismos. Es por esto que la necesidad que se detectó consiste en la protección de la salud de las mujeres, al momento de utilizar los baños públicos. El protector sanitario evita el contacto directo de la persona con el inodoro, lo cual impide que se adquieran enfermedades y se genere un ambiente seguro y tranquilo. Las mujeres por distintas situaciones que se presentan a diario, deben obligatoriamente hacer uso de los baños públicos, pero no en la posición adecuada, lo que puede generar enfermedades más graves. Por todo lo anterior se decidió implementar el protector sanitario para mujeres de todas las edades, que viven este problema a diario. De igual forma también los hombres pueden hacer uso de este producto. El protector sanitario es biodegradable, lo cual permitirá que después de utilizado se descomponga fácilmente, contribuyendo con el medio ambiente. Su empaque permite que las mujeres lo puedan cargar cómodamente y que lo puedan adquirir en los lugares frecuentados a través de dispensadores. Es importante que las personas conozcan las enfermedades que se pueden adquirir por el uso de baños públicos y la forma de evitarlas.

2. Necesidades

2.1 Prevenir enfermedades que se puedan adquirir por el uso de baños públicos: Los baños públicos, al ser utilizados por muchas personas y por tener un aseo rápido, tienden a tener bacterias que se pueden contagiar por el contacto directo con el inodoro. Algunas de ellas son:

Coli: Es una bacteria que se encuentra en la heces. Se caracteriza por causar espasmos abdominales, diarrea y vómito

Shigella: Bacteria transmitida por la mala higiene en las manos luego del uso del inodoro. Al contraer esta enfermedad, se está expuesto a presentar espasmos abdominales durante una semana o más.

Estafilococo: Quizá la bacteria más propensa a contraerse ya que puede vivir alrededor de dos meses en el inodoro y tarda tres segundos en pasar a la piel.

Gripa y resfriado común: Se alberga durante tres días en la superficie del asiento del inodoro.

2.2 Generar protección para las mujeres al momento de hacer uso de los baños: Cuando se utilizan los baños públicos, es usual que las personas tengan una serie de precauciones, que van desde no sentarse en el inodoro hasta colocar papel higiénico. El papel higiénico no evita que se adquieran enfermedades y la descomposición de la mayoría, no se genera fácilmente.

2.3 Proteger la salud de las mujeres, y así evitar enfermedades graves en el futuro: Cuando las mujeres utilizan los baños públicos, y no desean tener contacto con el inodoro,

prefieren utilizar otra posición, lo cual puede perjudicar la vejiga y ocasionar enfermedades como la cistitis, donde se evidencia inflamación y dolor.

3. Beneficiarios

El protector sanitario protege a las mujeres de todas las edades que utilicen baños públicos en lugares de concentración masiva de personas como bares, restaurantes, centros comerciales, universidades, colegios, entre otros, que deseen prevenir enfermedades asociadas al uso directo del inodoro, sentir comodidad al momento de utilizarlos y sobre todo seguridad.

El producto inicialmente será distribuido en Bogotá y después a nivel nacional, ya que la competencia directa es limitada, lo que permitirá ingresar al mercado de forma exitosa. Adicional las mujeres bogotanas se preocupan por las condiciones de aseo de los baños públicos con frecuencia. Para las mujeres entre los estratos 2 y 5, ya que tienen mayor capacidad para adquirir el producto.

4. Estudio de Mercado

Inicialmente para detectar la necesidad, se realizó un estudio que consistía en observar el día a día de las personas que se encontraban en nuestro entorno, en lugares como el trabajo y la universidad, bares, centros comerciales, entre otros. Este estudio permitió evidenciar que las mujeres utilizan los baños públicos con mayor frecuencia y de forma distinta a los hombres.

Después mediante una encuesta, se les consulto a las personas, si adquirirían el protector sanitario, donde indicaron que sería muy útil para su día a día. También se evidencio que desconocen si existe algún producto similar, ya que no se promociona con frecuencia.

Nuestro mercado objetivo son las mujeres de todas las edades, que residan en Bogotá entre estratos 2 y 5, que frecuenten centros comerciales, bares, restaurantes, entre otros. De igual forma también puede ser utilizado por hombres, personas de la tercera edad, niños y niñas.

El producto se venderá por paquete en los distintos almacenes de cadena, en droguerías y a través de dispensadores en los baños públicos de los centros comerciales, bares, restaurantes, universidades y colegios. Nuestro objetivo es obtener más del 70 % de ganancias, después de los costos y gastos.

Actualmente tenemos competencia en el mercado, como lo son los almacenes de cadena (Metro, Jumbo, Éxito, Alkosto, Homecenter). Adicional empresas que se dedican al cuidado de la salud como Productos Familia y Maxilimpio.

Nuestra competencia directa no promociona y da a conocer el producto al mercado y esto es una ventaja, ya que nos permitirá ingresar al mercado a través de distintas campañas publicitarias, que concienticen a las personas sobre las distintas enfermedades que se pueden adquirir por el contacto directo con los inodoros y así mismo ofrecer los beneficios y ventajas de utilizar el protector sanitario.

El producto tiene dos presentaciones; individual y por paquete de 10 unidades, las cuales se podrán encontrar en almacenes de cadena, droguerías, dispensadores, entre otros. Su costo de forma individual es de \$ 400 y por paquete de 5 unidades \$ 3500, para que nuestros clientes puedan adquirirlos en las distintas presentaciones según su presupuesto.

5. Resultados

- El protector sanitario es un excelente producto, que permitirá beneficiar a muchas personas en especial a las mujeres, brindándoles protección y seguridad en todo momento.
- Nuestra empresa se posicionara como una de las mejores a nivel nacional, ofreciendo siempre un producto de calidad y satisfaciendo las necesidades de los consumidores.
- La empresa tendrá una rentabilidad de hasta un 80%, lo que permitirá generar mayor empleo y así contribuir con la disminución de la tasa de desempleo.
- Durante los primeros 3 meses de venta de nuestro producto, los consumidores incrementaran hasta en un 70%, generando más ingresos a la compañía.
- Lograr que los hombres utilicen los protectores sanitarios con mayor frecuencia.
- Adquirir convenios con empresas reconocidas, para la venta de los protectores sanitarios a través de contratos.

6. Presentación del producto

Nuestro producto es un protector sanitario biodegradable, el cual se utiliza como cubierta del inodoro, para evitar el contacto directo. Su material permitirá una descomposición rápida con el agua, después de utilizado. Su tamaño se adecua a la forma del inodoro y tiene un adhesivo que permite que durante su uso no se mueva, generando total seguridad para el consumidor.

La forma del protector sanitario permitirá que el consumidor lo lleve a distintos lugares de forma práctica, ya que se puede extender cuando se necesite utilizar. A diferencia de las cubiertas que se realizan con trozos de papel higiénico, el protector sanitario absorbe de forma automática los residuos que se encuentren en el inodoro.

7. Identidad estratégica

Generamos protección para nuestros clientes, a través de protectores sanitarios de calidad, previniendo enfermedades generadas por el uso de los baños públicos, elaborados por un talento humano capacitado y bajo una tecnología estandarizada, garantizando un desarrollo sostenible.

Valores corporativos

Respeto: Mantener una convivencia en armonía, tanto laboral como comercial. El buen trato hacia los demás y un buen ambiente organizacional, es la clave para tener nuestros clientes internos y externos satisfechos.

Integridad: Demostrar que nuestras decisiones y actos son coherentes con nuestras políticas organizacionales.

Calidad: Establecer una mejora continua que nos permita ofrecer un producto con las mejores condiciones, que se adapten mejor a la necesidad de los clientes y pueda competir en el mercado.

Honestidad: Hacer las cosas a conciencia y con rectitud.

Compromiso: Con nuestros clientes externos e internos y con el medio ambiente.

Responsabilidad: Obrar con seriedad acorde a nuestros deberes como empresa.

8. Futuro preferido

Nos visualizamos siendo una empresa reconocida en el sector de productos de aseo e higiene, con altos estándares de calidad que nos permiten el cuidado de la salud de las personas y del medio ambiente.

Objetivo general

Ofrecer un producto de muy buena calidad que cumpla con las expectativas de los clientes, que transmita comodidad y confianza al momento de usar un baño público. Adicional que prevenga alguna enfermedad proveniente del contacto con un inodoro público, y que mejor que hacerlo con un producto que contribuya el cuidado del medio ambiente

9. Marco legal

La Decisión 706 de 2008 de la Comunidad Andina de Naciones, CAN, estableció la Armonización de Legislaciones en Materia de Productos de Higiene Doméstica y Productos Absorbentes de Higiene Personal.

Qué es un producto de higiene doméstica?

La Decisión 706 de 2008 establece en su artículo 2 la definición de producto de higiene doméstica de la siguiente manera:

“Es aquella formulación cuya función principal es remover la suciedad, desinfectar, aromatizar el ambiente y propender el cuidado de utensilios, objetos, ropas o áreas que posteriormente estarán en contacto con el ser humano independiente de su presentación comercial.

Esta definición no incluye aquellos productos cuya formulación tiene por función principal el remover la suciedad, desinfectar y propender el cuidado de la maquinaria e instalaciones industriales y comerciales, centros educativos, hospitalarios, salud pública y otros de uso en procesos industriales”.

Qué se considera producto de higiene doméstica?

La Decisión 706 de 2008 estableció en su anexo No.1 la lista indicativa de grupos de productos de higiene doméstica y productos absorbentes de higiene personal:

- Jabones y detergentes.
- Productos lavavajillas y pulidores de cocina.
- Suavizantes y productos para prelavado y preplanchado de ropa.
- Ambientadores.
- Blanqueadores y quitamanchas.
- Productos de higiene doméstica con propiedad desinfectante.
- Limpiadores de superficies.

Productos absorbentes de higiene personal (toallas higiénicas, pañales desechables, tampones, protectores de flujos íntimos, pañitos húmedos) siempre y cuando no declaren propiedades cosméticas ni indicaciones terapéuticas.

Los demás que determine la Secretaría General de la Comunidad Andina mediante Resolución, por solicitud y consenso de las Autoridades Sanitarias de los Países Miembros.

Cuáles son los requisitos que deben cumplir los productos de higiene doméstica?

La Decisión 706 de 2008 estableció en su artículo 5° que: “Los productos a los que se refiere la presente Decisión requieren, para su comercialización y/o importación, de la Notificación Sanitaria Obligatoria (NSO) presentada ante la Autoridad Nacional Competente del primer País Miembro de comercialización.”

Qué se entiende por Notificación Sanitaria Obligatoria?

“Es la comunicación en la cual se informa a las Autoridades Nacionales Competentes, mediante declaración jurada, que un producto regulado por la presente Decisión, será comercializado por el interesado.”

Recuperado de: Artículo 2 – Decisión 706 de 2008. 08/05/2018

Normatividad invima Productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico.**Codigos:**

Ley 9 de 1979 - Por la cual se dictan medidas sanitarias; arts. 548 a 562

Decretos:

2014

Decreto 539 de 2014 - Por el cual se expide el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir los importadores y exportadores de alimentos para el consumo humano, materias primas e insumos para alimentos destinados al consumo humano y se establece el procedimiento para habilitar fábricas de alimentos ubicadas en el exterior

2013

Decreto 925 de 2013 - Por el cual se establecen disposiciones relacionadas con las solicitudes de registro y licencia de importación

2000

Decreto 612 de 2000 - Por el cual se reglamenta parcialmente el régimen de registros sanitarios automáticos o inmediatos y se dictan otras disposiciones

1998

Decreto 1545 de 1998 - Por el cual se reglamentan parcialmente los regímenes sanitarios, del control de calidad y de vigilancia de los productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico y se dictan otras disposiciones.

Resoluciones:**2018****INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS - INVIMA**

Resolución 14623 de 2018 Invima - Por la cual se modifica parcialmente la resolución número 2013034419 del 20 de noviembre de 2013, "por la cual se reglamenta el procedimiento para las autorizaciones sanitarias de importación de muestras sin valor comercial para los productos de higiene doméstica, productos absorbentes de higiene personal, cosméticos, bebidas alcohólicas y alimentos que no cuenten con registro sanitario o notificación sanitaria obligatoria"

2017

MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL

Resolución 689 de 2016 msps - (conjunta - mads) por la cual se adopta el reglamento técnico que establece los límites máximos de fósforo y la biodegradabilidad de los tensoactivos presentes en detergentes y jabones, y se dictan otras disposiciones

2016**MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL**

Resolución 689 de 2016 msps - (conjunta - mads) por la cual se adopta el reglamento técnico que establece los límites máximos de fósforo y la biodegradabilidad de los tensoactivos presentes en detergentes y jabones, y se dictan otras disposiciones

2013**INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS - INVIMA**

Resolución 34419 de 2013 Invima - Por la cual se reglamenta el procedimiento para las autorizaciones sanitarias de importación de muestras sin valor comercial para los productos de higiene doméstica, productos absorbentes de higiene personal, cosméticos, bebidas alcohólicas y alimentos que no cuenten con registro sanitario o notificación sanitaria obligatoria

MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL

Resolución 3772 de 2013 msp - Por medio de la cual se establecen los requisitos para las autorizaciones sanitarias de importación de muestras sin valor comercial para los productos de higiene doméstica, productos absorbentes de higiene personal, cosméticos, bebidas alcohólicas y alimentos

2010**SECRETARÍA GENERAL DE LA COMUNIDAD ANDINA**

Resolución 1370 de 2010 sgca - Formatos para la notificación sanitaria obligatoria (nso) de productos de higiene doméstica, y absorbentes de higiene personal, su renovación, reconocimiento y cambios; y la estructura correspondiente del código de identificación nso

2008**MINISTERIO DE PROTECCIÓN SOCIAL**

Resolución 1974 de 2008 mps - Por la cual se adopta el reglamento técnico sobre requisitos que deben cumplir los detergentes polvos limpiadores abrasivos de uso doméstico

2000**INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS - INVIMA**

Resolución 253243 de 2000 Invima - Por la cual se adopta el formulario único para registro sanitario de productos varios de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico

1999

**INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y
ALIMENTOS - INVIMA**

Resolución 710 99 Invima - (243) etiqueta empaque y rótulos medicamentos

1998

MINISTERIO DE SALUD

Resolución 3113 98 ms - Normas productos higiene, aseo - uso doméstico

Circulaciones:

2013

**INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y
ALIMENTOS - INVIMA**

Circular 439 de 2013 Invima - Vigencia de notificaciones sanitarias obligatorias

2009

INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y

ALIMENTOS - INVIMA

Circular 167 de 2009 Invima - Notificación sanitaria obligatoria - decisión 706 de la can

2002

INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y**ALIMENTOS - INVIMA**

Circular 100285 de 2002 Invima - Prohibición de utilizar figuras o imágenes de frutas o alimentos comestibles en las etiquetas de productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico

Circular 100284 de 2002 Invima - Parámetros que se deben tener en cuenta al momento de determinar si un producto es de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico o de aseo, higiene y limpieza de uso industrial

Decisiones:

2013

COMUNIDAD ANDINA

Decision 784 de 2013 ccan - Modificación de la decisión 706: "armonización de legislaciones en materia de productos de higiene doméstica y productos absorbentes de higiene personal"

Decision 783 de 2013 ccan - Directrices para el agotamiento de existencias de

productos cuya notificación sanitaria obligatoria ha terminado su vigencia o se ha modificado y aún existan productos en el mercado

2009

COMUNIDAD ANDINA

Decision 721 de 2009 ccan - Reglamento técnico andino relativo a los requisitos y guía de inspección para el funcionamiento de establecimientos que fabrican productos de higiene doméstica y productos absorbentes de higiene personal

2008

COMUNIDAD ANDINA

Decision 706 de 2008 ccan - Armonización de legislaciones en materia de productos de higiene doméstica y productos absorbentes de higiene personal

2001

COMUNIDAD ANDINA

Decision 506 de 2001 ccan - Reconocimiento y aceptación de certificados de productos que se comercialicen en la comunidad andina

Recuperado de: <https://www.invima.gov.co/normatividad/normograma.html> Derechos de autor reservados, 08/05/2018

10. Impactos

10.1 Impacto ambiental: Somos una empresa comprometida con el medio ambiente. El material que utilizamos para fabricar el protector sanitario es biodegradable y le permite descomponerse fácilmente con el agua, esto con el objetivo de evitar la obstrucción en las cañerías, que se podría presentar cuando alguien arroje el protector a la taza del baño.

10.2 Impacto social: Con el futuro crecimiento en ventas que podemos llegar a tener en un tiempo, se evidenciara también un aumento en las labores a ejecutar y vamos a necesitar de recurso humano para suplir esta demanda.

Se tiene planeado contratar jóvenes, de los barrios de bajo estrato social de la ciudad, brindándoles la oportunidad de un primer empleo, una experiencia laboral que les permita aprender y desarrollar una actividad que sea productiva para la sociedad.

11. Fuerza competitiva:

1. Entrar a competir en el mercado no es una tarea fácil, para esto tenemos planeado analizar nuestra competencia desde un punto objetivo; Haremos un estudio de mercado comparando las características del producto de la competencia con el nuestro, de esta manera podremos identificar mejoras que podemos desarrollar y encaminar con enfoque al cliente.

2. El precio es uno de los principales obstáculos de los clientes al momento de comprar un protector sanitario, les parece un poco costoso comprar un protector para su cuidado íntimo personal. Nosotros planeamos ofrecerle al cliente paquetes con 10 unidades de protectores para que les salga más económico la unidad comprada y les sirva para varias ocasiones. También les ofrecemos paquetes de 50 unidades para aquellas personas que les gusta tener sus protectores en casa e ir usándolos a diario por si se les presenta la necesidad de entrar a un baño público.
3. Las alianzas estratégicas son la clave para que las pymes puedan salir adelante, Nosotros no seremos la excepción. queremos hacer alianzas con empresas que fabriquen productos de higiene personal indispensables, por ejemplo: El papel higiénico es indispensable cuando quieres usar un baño y más para una mujer. Nosotros nos aliaremos estratégicamente ofreciendo estos dos productos en conjunto a un precio económico, esto nos permitirá impulsarnos más rápidamente en el mercado
4. La innovación constante va ser un valor agregado importante para generar atracción en los clientes. El empaque será llamativo, contará con mensajes de concientización del cuidado íntimo, estas frases serán atractivas para el público como: chistes, refranes, etc..

Conclusión

Partiendo de la necesidad del cuidado íntimo de las personas al usar un baño público, surgió nuestra idea de negocio que consiste en el cuidado íntimo con un protector para usar baños públicos; dando un grado de confiabilidad a las personas, higiene y uso exclusivo, evitando el contagio de enfermedades e infecciones producidas por la mala higiene ya que hoy en día es muy frecuente al contacto con el inodoro. Adicional el producto es biodegradable, contribuye con el medio ambiente y puede ser usado por todo tipo de público. Somos una empresa enfocada en el apoyo social, buscando brindar mejores oportunidades laborales para las personas que más lo necesitan. (resoluciones invima).