

GEL ANTIBACTERIAL

MARIA CAMILA GONZALEZ
JUAN DAVID PEDRAZA
ENGGY LIZETH ESPINOSA

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR
(CUN)
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
OPCION DE GRADO
BOGOTA D.C
2017

TABLA DE CONTENIDO

- 1. INTRODUCCIÓN 3**
- 2. JUSTIFICACIÓN..... 4**
 - 3.2 BENEFICIOS..... 5
 - 3.3 SOLUCIONES ACTUALES..... 6
 - 3.4 FRUSTRACIONES E INCONFORMIDADES 6
 - 3.5 MERCADO..... 7
 - 3.5.1 SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA..... 7
 - 3.5.2 SEGMENTACIÓN PSICOGRAFICA..... 7
 - 3.5.3 ASPECTOS GEOGRÁFICOS DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ 8
 - 3.5.4 POBLACIÓN Y MUESTRAL. 9
- 4. ENTREVISTA 10**
- 5. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO 12**
- 6. IDENTIDAD ESTRATEGICA 12**
 - 6.1 MISION 12
 - 6.2 VISION 12
 - 6.3 OBJETIVO GENERAL..... 13
 - 6.3.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS 13

1. INTRODUCCIÓN

El reto de la empresa es estar preparada para los continuos cambios que puedan llegar y mantener estrategias competitivas que nos puedan ayudar a entrar a un mercado que es competitivo y libre, se hace este trabajo para tener un nuevo producto el cual contiene características que entregándolas en una sola presentación pueden llenar varias necesidades.

En el mercado existen diferentes marcas que se dedican a vender dicho producto, el plus que se añade para que el producto destaque ante los demás está en el punto donde primero es agradable a pieles sensibles y las no tanto y segundo es agradable con el medio ambiente, lo que nos pondrían a la vanguardia de productos de este nivel.

2. JUSTIFICACIÓN

Se decide crear Gel antibacterial 100% Biodegradable y que ayude a minimizar el daño ambiental que causan los desperdicios de embaces plásticos ya que estos después de cumplir su función de mantener en buen estado un producto, son desechados al basurero municipal y a las calles, taponando así de basura los desagües, creando nuevas bacterias y enfermedades en las personas y animales que después son arrojados a los ríos llegando así al mar y a las orillas de las playas matando la diversidad de estas mismas.

En la actualidad no se tiene una política propia por parte de los laboratorios que crean este tipo de productos, solo de algunos gobiernos locales y no nacionales que apoyan algunas iniciativas de conservación del medio ambiente, por tanto al implementar desde su creación el concepto de biodegradable y por tanto amigable con el medio ambiente se tiene como resultado un producto diferente.

3. PERFILACIÓN DEL CLIENTE.

3.1 NECESIDADES

1. Creo que el cliente necesita algún tipo de producto que además de eliminar prevenga los virus y bacterias transmitidos por el afán del día a día y que sea amigable con el medio ambiente.
2. Creo que el cliente necesita un producto que no afecte su piel sino que por el contrario la proteja y sea delicado con la misma.
3. Creo que el cliente necesita algo innovador y práctico en cuanto al cuidado de su salud, empezando por algo mínimo como el aseo de sus manos.

3.2 BENEFICIOS

1. Es bueno para proporcionar una efectiva acción antimicrobiana sin requerir enjuague posterior.
2. Es Ideal para eliminar más de 99% de bacterias y virus, lo que permite prevenir las enfermedades
3. Es biodegradable.
4. Es tipo alergénico, lo que significa que no produce irritación y puede ser aplicado en cualquier tipo de piel.
5. Ofrece suavidad, Humectación y frescura.

3.3 SOLUCIONES ACTUALES.

En la actualidad a lo largo del día a día nos vemos enfrentados a diferentes tipos de bacterias donde el 80% de las enfermedades infecciosas se transmiten por las manos por contacto directo o indirecto a través de superficies.

El gel antibacterial al ser usado con frecuencia ayuda a disminuir los indicios de enfermedades, ahora el gel antibacterial y repelente cobra importancia, dado que actualmente se vive una crisis de salud, donde el virus de la influenza y el dengue acechan a la población por lo que el Gel antibacterial nos brinda una solución de poder combatir con este tipo de enfermedades, donde esperamos que a futuro se cuente con más apoyo, y así lograr tener una producción más amplia y contribuir con la sociedad en el combate a estas enfermedades que afectan a nuestra población.

En la actualidad del mercado colombiano existe un sinnúmero de marcas que ofrecen el mismo producto. Las grandes cadenas de almacenes tiene su propio proveedor que les permiten agregar la identidad de la marca, con colores y olores que se adaptan a los gustos de cada persona que lo adquiere, también están las marcas tradicionales, Dettol, J&J, JGB, entre otros, y lo que difiere con estos son la cantidad de tamaños, olores y colores que le puedan agregar.

En adición, se ofrece productos para los más chicos y para adultos asimismo como productos para hombres y mujeres, para darle a cada uno un estilo peculiar

3.4 FRUSTRACIONES E INCONFORMIDADES

El gel antibacterial o desinfectante, es una manera rápida y fácil de limpiar tus manos si no tienes acceso inmediato al agua y jabón. Pero ya sea que lo usas habitualmente o sólo cuando es necesario, tal vez en ocasiones el gel antibacterial no sea tan conveniente para la piel especialmente para aquellas que son demasiado sensibles

Puede haber complicaciones para los menores por temas de intoxicación. Esto se debe a que tu hijo podría ser dañado seriamente si él/ella lo ingiere. Ha habido una serie de incidentes reportados de intoxicación por alcohol en niños debido a los desinfectantes de manos.

Hay que tener especial cuidado con agentes como el triclosán, ya que es un componente, es capaz de ser absorbido rápidamente en la piel y entrar en el corriente sanguíneo, una vez allí, se sabe que causa diversos efectos secundarios como el cáncer, alergias, efectos de desequilibrio hormonal y neurológicos y debilidad muscular. Más importante aún, se sabe

que causa infertilidad.

Uno de los aspectos a tener en cuenta es que puede dañar la piel, aunque la mayoría de los desinfectantes de manos dicen tener efectos hidratantes, demasiado uso continuo del agente puede dañar la piel. En algunos casos puede incluso causar que tus manos lleguen a estar más ásperas de lo normal.

3.5 MERCADO

Nuestro mercado será dirigido al B2C (Business to consumer) lo cual quiere decir que nuestro objetivo será el consumidor final debido a que son a quienes más facilidad tenemos para poder entrar al mercado. A continuación se desglosará y se hará conocer a qué tipo de consumidor será dirigido el producto.

3.5.1 SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA

En este tipo de segmentación, el nuevo producto de CLEAN HANDS está dirigido a hombres y mujeres de todas las edades ya que garantiza 99.9% de la eliminación de bacterias de las manos, el tipo de familia, la educación y la región no tiene ninguna implicación en la compra del producto.

3.5.2 SEGMENTACIÓN PSICOGRAFICA

En este tipo de segmentación, encontramos que nuestro nicho de mercado se encuentra en personas de estrato social bajo y medio, donde las restricciones presupuestales de estas generan una alta preocupación por el precio, generalmente estas familias están compuestas por varios integrantes (más de 4 personas) esto indica que son personas altamente preocupadas por su seguridad social lo cual los obliga a estar constantemente en ocupación y expuesto a varias amenazas, lo cual indica que son muy exigentes al comprar productos de cuidado personal por motivos tales en su seguridad y su seguridad económica y física, por otra parte ya que manejan poca información acerca del precio y la variedad de productos y por lo general buscan adquirir productos en oferta o con precios rebajados, estos creen que se genera una relación directa entre precio y calidad, por lo cual el producto a ofrecer debe satisfacer sus necesidades de seguridad y economía.

3.5.3 ASPECTOS GEOGRÁFICOS DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ

En Bogotá la proyección de población realizada por el DANE estima una población de 8.051.666 personas, cifras que corresponden a un 17% aproximadamente de la población nacional.

La tasa de crecimiento anual promedio de la población registrada durante el periodo 1990-2005 fue del 2.5% de mantenerse la población aumentara cada año 154.000 habitantes. (WWW, DANE.CO)

Tabla 1 división geográfica de la ciudad de Bogotá.



Fuente:

<http://norecas123.blogspot.com.co/2014/03/localidades-bogota.html>

1 Usaquén	2. Chapinero	3. SantaFe	4. San Cristóbal	5. Usme
6. Tunjuelito	7. Bosa	8. Kennedy	9. Fontibón	10. Engativá
11. Suba	12. Barrios Unidos	13. Teusaquillo	14.LosMártires	15. Antonio Nariño
16. Puente Aranda	17. Candelaria	18. Rafael Uribe	19. Ciudad Bolívar	20. Sumapaz

3.5.4 POBLACIÓN Y MUESTRAL.

Esta investigación tendrá lugar en el departamento de Cundinamarca, en la ciudad de Bogotá específicamente, en las redes de la localidad 19 (Ciudad Bolívar), más específicamente en la UPZ 69 barrio ISMAEL PERDOMO.

SECRETARIA DISTRITAL DE PLANEACION									
SUBSECRETARIA DE INFORMACIÓN Y ESTUDIOS ESTRATEGICOS									
DIRECCION DE INFORMACIÓN, CARTOGRAFIA Y ESTADISTICA									
INVENTARIO DE INFORMACION EN MATERIA ESTADISTICA SOBRE BOGOTA									
LISTA DE CUADROS									
CUADRO 18. PROYECCIONES DE HOGARES Y VIVIENDAS 2006 - 2015									
COD. LOCALIDAD	NOMB. LOCALIDAD	COD. UPZ	NOMB. UPZ	VIVIENDAS			HOGARES		
19	Ciudad Bolívar	63	El Mochuelo	366	738	1.465	430	866	1.720
19	Ciudad Bolívar	64	Monte Blanco	4.176	12.237	23.324	4.297	12.580	24.252
19	Ciudad Bolívar	65	Arborizadora	14.831	16.225	18.822	15.469	16.907	19.656
19	Ciudad Bolívar	66	San Francisco	16.352	17.013	18.730	20.563	21.400	23.542
19	Ciudad Bolívar	67	Lucero	26.904	28.920	33.982	38.824	41.789	48.942
19	Ciudad Bolívar	68	El Tesoro	8.039	8.852	10.154	11.006	12.130	13.881
19	Ciudad Bolívar	69	Ismael Perdomo	33.591	34.784	37.948	37.121	38.417	41.984
19	Ciudad Bolívar	70	Jerusalén	19.846	22.509	28.824	22.330	25.314	32.449
19	Total Ciudad Bolívar			124.105	141.278	173.249	150.040	169.403	206.426

Tabla 2 población UPZ 69 de la localidad de ciudad bolívar

Fuente: Secretaria distrital de planeación

[http://www.sdp.gov.co/resources/estadistica/Bogota en Cifras junio 13 V17.xls](http://www.sdp.gov.co/resources/estadistica/Bogota%20en%20Cifras%20junio%2013%20V17.xls)

4. ENTREVISTA

Marque con una X la respuesta

1 ¿En qué área de trabajo usted se desempeña?

- A) Administrativa
- B) Comercial
- C) Operativa

2 ¿Qué importancia le da usted al aseo de sus manos?

- A) Mucha importancia
- B) Poca importancia
- C) Nada de importancia

3 ¿Cuáles de las siguientes características representa más importancia para usted a la hora de comprar un producto para el aseo de sus manos?

- A) precio
- B) tamaño
- C) diseño
- D) calidad
- E) durabilidad

4 ¿Qué utiliza para limpiar sus manos?

- A) solo Agua
- B) Tollas húmedas
- C) agua y Jabón anti bacteria
- D) Gel anti bacteria

5 ¿El gel anti bacteria es?

- A) Un desinfectante
- B) Un humectante
- C) Un exfoliante

6¿Usted compraría un producto para el aseo de sus manos que cumpla varias funciones como: limpiar, desinfectar, ¿humectar y exfoliar?

- A) Si, lo compraría
- B) No, lo compraría

7¿Alguna vez ha comprado un producto con las siguientes características para el aseo de sus manos: ¿limpiar, desinfectar, humectar y exfoliar?

- A) SI
- B) NO

8 ¿usted cuanto estaría dispuesto a pagar por este producto?

- A) \$10.000
- B) \$15.000
- C) \$20.000
- D) \$13.000
- E) OTROS _____

9 ¿En qué cantidad o tamaño compraría un producto para sus manos?

- A) 50 ml
- B) 200 ml
- C) 500 ml
- D) Sachets

10 ¿cuáles de los siguientes aromas preferiría para un producto para sus manos?

- A) Avena
- B) miel
- C) rosas
- D) manzana
- E) otro

¿Cuál? _____

11 ¿En dónde se le facilitaría obtener este producto?

- A) Almacenes de Cadena
- B) Tienda de Barrio
- C) Comercio electrónicos
- D) Servicio a Domicilio

5. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

El gel desinfectante es un producto empleado para detener la propagación de gérmenes, convirtiéndose así en un poderoso agente antiséptico. Este gel es especialmente formulado para proporcionar una acción antimicrobiana sin necesidad de un enjuague posterior, lo que nos permite lavarnos las manos de forma frecuente sin dañar la piel. Su capacidad fungicida elimina hongos y es hipo-alérgico, lo que significa que no produce irritaciones y puede ser aplicado en cualquier tipo de piel.

Por tanto, el añadido que le damos al producto es que además de presentar una especial ventaja frente a la salud humana y asimismo a la piel, tiene especial cuidado con el medio ambiente siendo este biodegradable y fácilmente absorbible por la naturaleza, aunque no podríamos hablar de un producto ciento por ciento natural, si podemos decir que los efectos colaterales tanto en la salud humana como con el medio ambiente serán altamente amigables

6. IDENTIDAD ESTRATEGICA

6.1 MISION

Nuestra empresa Clean Hans se caracterizará por su liderazgo en la perfección, tecnificación y sanidad de cada gel antibacterial, productos renovadores que con responsabilidad, honestidad y compromiso, cuiden el medio ambiente, a un costo moderado, para que estén al alcance de todas las personas. Nos destacaremos por ser una empresa que siempre está pensando en crecer, en que sus productos sean innovadores y de excelente calidad.

6.2 VISION

Convertirnos para el año 2025 en la compañía con mas rápida expansión y responsabilidad en el manejo de Gel antibacterial Biodegradable, lo cual ayuda al medio ambiente y a su conversación, generando mayores fuentes de empleo y gran posicionamiento dentro de la industria nacional.

Seremos una de las empresas más reconocidas no solo a nivel nacional, si no que internacional, destacándonos por nuestra calidad y eficacia.

Seremos uno de los productos de preferencia por el estilo y empaque reutilizable de nuestros productos, sobresaliendo por la variedad de colores y olores.

6.3 OBJETIVO GENERAL

Crear un Gel antibacterial donde su principal función sea cuidar y proteger el cuerpo del ser humano, siendo un producto 100 % Biodegradable, con un empaque reutilizable que ayude a minimizar los daños del medio ambiente.

6.3.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- * Tomar conciencia de tener presente las normas de higiene para prevenir cualquier enfermedad.
- * Conocer la importancia del uso del gel antibacterial como medida preventiva de control de la higiene.
- * Minimizar el impacto ambiental generado por los desperdicios de embaces plásticos no Biodegradables.