



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

División de Ciencias Sociales y Económico Administrativas

Importación de los preservativos “Kanaan a Kuxtal”

TRABAJO MONOGRÁFICO
Para obtener el grado de
LICENCIADA EN SISTEMAS COMERCIALES

PRESENTA
JUHAINA SAPNA BUXANI MORAN

SUPERVISOR
DR. JOSE LUIS GRANADOS SANCHEZ

 UNIVERSIDAD DE
QUINTANA ROO
SERVICIOS ESCOLARES
TITULACIONES

Chetumal Quintana Roo, México,
enero de 2016



Universidad de
Quintana Roo

División de Ciencias Sociales y
Económico Administrativas

UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Tesis elaborada bajo la supervisión del comité de asesoría y aprobado como requisito parcial, para obtener el grado de:

LICENCIADO EN SISTEMAS COMERCIALES

COMITÉ

DIRECTOR : _____

M.C. José Luis Granados Sánchez.

ASESOR : _____

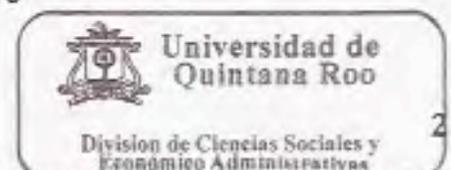
M.C. Nancy Angelina Quintal García.

ASESOR : _____

M.C. María de Jesús Pérez Hervert.



Chetumal, Quintana Roo, Enero de 2016



AGRADECIMIENTOS.

Durante estos cuatro años de carrera, tuve retos muy importantes que determinaron lo que hoy soy como persona, tuve el honor de experimentar y llevar a la par lo que llamamos “Emprender”.

Emprender no solo fue mi más grande sueño, si no que es mi más grande éxito.

Mi padre decía que: *la escuela no era necesaria para tener visiones y ser alguien en la vida*, es por ello que los resultados de estos años de carrera quisiera dedicarlos especialmente a una persona en particular, mi mama.

La única persona que me apoyo en medio de las circunstancias y siempre estuvo alentándome a emprender esta nueva etapa de mi vida, donde no solo cometí errores, fracasos, alegrías, nuevos retos, nuevos caminos por descubrir y en especial pude aprender que si quiero algo lo puedo conseguir con determinación, constancia y esfuerzo.

Gracias mama por confiar en mi, por ayudarme en mis momentos tristes donde no veía fin al mal tiempo, quienes pudieron conocerme, vieron que tuve una universidad complicada por el trabajo y por mi padre, pero esas experiencias me ayudaron y sobre todo me forjaron. Hoy agradezco todos esos hechos que me hicieron lo que hoy soy.

Debo agradecer de manera especial y sincera a ustedes maestros, por siempre ayudarme en el salón de clases a mejorar, por creer en mí y por alentarme a seguir luchando, gracias porque todo lo impartido en esas aulas fueron y son de mucha bendición a mi vida, más que maestros de educación, son maestros de vida que en lo personal me dieron las herramientas para enfrentarme a todos esos retos que uno presenta fuera de la escuela, gracias por siempre tener palabras de aliento para nosotros los alumnos.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

¡A todos, muchas gracias!

ÍNDICE

I Capítulo

1.1 Introducción	8
1.2 Problemática en Quintana Roo	9
1.3. Índice de Embarazos en Adolescentes en el Estado	10
1.4 Efectividad.....	11
1.5 Competitividad	12

II Capítulo

2.0 Descripción del proyecto Kanaan a kuxtal	13
2.1 Identificación y Características del Producto	14
2.2 Empaque secundario	15
2.3 Empaque Primario	16
2.4 Misión	17
2.5 Visión	17
2.6 Objetivos	17
2.7 Mercado Objetivo.....	18
2.8 Marketing Mix.....	18
2.9 Nueva Imagen	19
2.10 Precio	19
2.11 Promoción	20
2.12 Página web	21

III Capítulo

3.0 Entorno Económico.....	22
3.1 Entorno Político	23
3.2 Entorno Sociodemográfico.....	24
3.3 Entorno Tecnológico	24
3.4 Análisis del Sector Social o Productivo	25
3.5 Análisis de la Demanda.....	27
3.6 Análisis de la Competencia	28
3.7 Proyección de la Demanda	29
3.8 Las Marcas de los Preservativos más Seguras de Venta en México	31
3.9 Encuesta	32
3.10.- Población de Estudio	33
3.11.- Objetivos Específicos	33
3.12.- Preferencias de Gusto	33

IV Capítulo

4.0 Logística de Kanaan a Kuxtal.....	34
4.1 Equipos para la manipulación y almacenamiento	35
4.2 Distribución de la planta	38
4.3 Insumos	38
4.4 Proveedores	39
4.5 Economía en la india	40
4.6 Principales sectores económicos en india	41
4.7 Importadores de preservativos	44
4.8 Agencia aduanal	44
4.9 Importación	45
4.10 Envase y embalaje	46

4.11 Proceso de compra	47
4.12 Organigrama	48
4.13 Puestos y perfiles	49
4.14 Sueldos y salarios	50

V Capítulo

5.0 Políticas de trabajo	50
5.1 Presentación del personal	51
5.2 Organización social	59
5.3 Normas y leyes	62

VI Capítulo

6.0 Proyecto de Marketing social	76
6.1 Aporte y valor social del diseño de las dispensadoras	78
6.2 Análisis económico de los dispensadores	79
6.3 Tramites de importación y certificados	84
6.4 Conclusión	87
6.5 Glosario y términos	90

CAPITULO 1

“Marco Teórico”

1.1.- Preservativos

El condón masculino consiste en una funda que se ajusta sobre el pene erecto. Para su fabricación se usan habitualmente el látex natural y el poliuretano (utilizado básicamente en casos de alergia al látex).

El preservativo masculino generalmente posee un espacio en el extremo cerrado llamado depósito, diseñado para contener el semen. Sus medidas varían de 16 a 22 cm de longitud y de 3,5 a 6,4 cm de diámetro. La medida estándar de un preservativo es de 170 mm de largo, 48 mm de ancho nominal y entre 0,055 y 0,07 mm de grosor.

Los preservativos pueden presentarse en color natural y en toda la gama del arcoíris, pudiendo ser transparentes, opacos e incluso fosforescentes. Algunos tienen estampados en su superficie. Pueden ser lisos o con texturas (anillos, tachones) para lograr una sensación más intensa; con aromas diversos (vainilla, fresa, chocolate, banana, coco, entre otros); con formas anatómicas especiales para aumentar la comodidad o la sensibilidad.

Los preservativos suelen presentarse con cierta cantidad de lubricante y espermicida. Si fuera insuficiente puede añadirse lubricante para facilitar la relación sexual. Centers for Disease Control and Prevention (CDC). Clinical prevention guidance. In: Sexually transmitted diseases treatment guidelines, 2010. Centers for Disease Control and Prevention (CDC). Clinical prevention guidance. In: Sexually transmitted diseases treatment guidelines, 2010. MMWR Recomm Rep. 2010;59(RR-12):2-8.

1.2 Problemática en Quintana Roo

Quintana Roo sigue formando parte de los 15 Estados de la República en donde los casos de VIH SIDA aumentan cada año. Actualmente, la entidad registra 235 casos de VIH y 38 de SIDA. Los dos registran aumento respecto al año pasado, pero los casos de VIH tienen un aumento del 76 por ciento en este año, cuando a la misma fecha se registraban 133 enfermos. Estas cifras tan negativas podrían reducirse considerablemente con el uso de preservativos. Desafortunadamente, hay mucha gente que aún no hace conciencia del significado de sus usos. Uno de cada cuatro jóvenes, descartan el uso de anticonceptivos, haciendo énfasis en el condón, porque "no se siente lo mismo"

En el Estado de Quintana Roo, SESA tiene el registro de 62 casos nuevos de VIH; en Benito Juárez existen 36 casos, Othón P. Blanco 9, Lázaro Cárdenas 1, Solidaridad 11, Felipe Carrillo Puerto 3, José María Morelos 1 y Bacalar 1. En lo que respecta a casos de SIDA, existen 22 casos, de los cuales se registran 13 en Benito Juárez, 5 en Solidaridad, 1 en Tulum y 3 en Felipe Carrillo Puerto.

De los casos que se tiene en tratamiento, se acumulan un mil 130 personas, y por municipio se dividen en Othón P. Blanco con 234, Bacalar 5, Cozumel 41, Isla Mujeres 2, Benito Juárez 618, Lázaro Cárdenas 8, Solidaridad 191, Tulum 3, Felipe Carrillo Puerto 18 y José María Morelos 10.

1.3.- Índice de embarazos en adolescentes en el estado

Quintana Roo ocupa uno de los primeros lugares a nivel nacional en las estadísticas de mujeres adolescentes embarazadas, lo que genera que sea un tema para análisis y reestructuración de las estrategias para reducir los embarazos en jóvenes. De acuerdo a las estadísticas, del 2015, el registro de menores embarazadas fue de cuatro mil 999, mientras que en el 2014 fue de cuatro mil 909 casos, es decir 90 casos menos. Del año pasado, en Benito Juárez hubieron mil 735 menores de edad embarazadas, de Othón P. Blanco mil 470, en Solidaridad 647, en Felipe Carrillo Puerto 277, en Bacalar 163, en Cozumel 165, en Tulum 156, en Lázaro Cárdenas 94, en José María Morelos 126 y en Isla Mujeres 76.

Estos problemas sociales representan una oportunidad de negocio para nuestro producto, ya que uno de nuestros objetivos a mediano plazo es crear convenios con instituciones que trabajen sobre estos problemas sociales, para que con ayuda de ellos se pueda impulsar campañas para la salud sexual, donde nuestros productos podrían ser comercializados en los adolescentes y en la población objetivo para que todos estos índices negativos que tiene nuestro estado en la actualidad puedan disminuir.

[\(inegi, 2015\)](#)

Podemos observar que en Quintana Roo es la entidad en donde los adolescentes varones declaran haber iniciado su vida sexual antes de los 15 años de edad con un porcentaje de 10.5%, llama la atención de que las mujeres adolescentes en Quintana Roo que declaran haber iniciado su vida sexual antes de los 15 años, es apenas de 2.1% .

Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT 2015) Instituto Nacional de Salud Pública (INSP)

1.4.- Efectividad

El preservativo, inicialmente usado como contraceptivo, se considera básico para la protección frente a enfermedades de transmisión sexual. Diversos estudios científicos comprobaron su utilidad en la prevención de la mayoría de las enfermedades de transmisión sexual (ETS).

Su efectividad exacta en la prevención de ETS es discutible, pues el preservativo masculino más común, el de látex natural, no protege al escroto ni evita las infecciones producidas por epizoonosis (piojo púbico, escabiosis), las verrugas genitales o las lesiones por virus del papiloma humano -VPH-.

Por esta razón su efectividad para prevenir una ETS ronda en el 95 %, mientras que su efectividad como método de control natal es más alta, hasta 97 %, cuando se usa de forma apropiada.

1.5.- Competitividad

Es una forma de medir la economía en relación a los demás, es como una carrera donde importa que tan bien le va a uno respecto a los otros, en otras palabras la competitividad es la capacidad para atraer y retener talento e inversión.

(imco, 2015)

El mercado de los preservativos es un negocio global que, debido a las necesidades humanas que cubre y a las innegables ventajas que aporta a los consumidores, se ha convertido en un valor seguro. En todos sus sentidos. No en vano, se estima que al año se venden alrededor de 15.000 millones de unidades en todo el mundo, aunque esta cifra es una estimación mercantil, ya que no existe un registro “oficial” por parte de un organismo que aglutine tal información de forma precisa.

Con el uso y promoción del uso de nuestros productos se buscan disminuir los índices de embarazos en adolescente y contagios del VIH/sida, todo esto mediante campañas realizadas en el sector público y privado, es por eso, que **Kannan a Kuxtal** busca tener convenios con asociaciones e instituciones que trabajen en pro de una vida sexual saludable.

Capítulo 2

2.0.- Descripción del proyecto KANAAN A KUXTAL

Los condones **KANAAN A KUXTAL** brindan protección anticonceptiva cuando se usan adecuadamente, con productos de la más alta calidad que ayudan a tener una vida sexual sana y placentera, reduciendo embarazos no deseados y contagiosos de infecciones de transmisión sexual.

- Calidad comprobada para brindar mayor seguridad
- Amplia gama de productos para satisfacer todas las necesidades del consumidor
- Hechos de hule latex natural de alta calidad
- Lubricados para mayor confort.

El nombre **KANAAN A KUXTAL** surge para Impulsar el fortalecimiento de la región Mundo Maya, a través de estrategias y acciones orientadas al desarrollo de nuevos productos (preservativos) y a la consolidación de la oferta existente, en el marco del desarrollo turístico sustentable, con la participación de los sectores público y privado e incorporando a las comunidades locales.

Nuestro proyecto pretende impulsar la importación de estos productos provenientes de la India y a su vez comercializarlos en nuestro país. Logrando en un futuro poder exportarlos a otros países.

2.1.- Identificación y características del producto;

Tabla núm. 1
Descripción del producto

Nombre: kanaan a kuxtal	Significado: (cuida tu vida)
Fabricado por: cupid limited india	Mfg.lic.no: mh/drug/nkd-48
Importador: José g. Arguez Gasca	Rfc: aagg830723rr5
Domicilio: Palermo 391col. 30 de noviembre, Chetumal Quintana Roo, México	C.P. 77038
REG. NO. 0953C2012SSA.	Un paquete individual contiene 3 condones
Una caja contiene 24 carteritas de condones 12 carteras de condones fresa y 12 carteras de condones plátano.	Sabores: fresa y plátano.

Elaboración propia con datos del producto.

2.2.- Empaque secundario.

Figura núm. 1



2.3.- Empaque primario.

Figura núm. 2



2.4.- Misión:

Distribuir condones de calidad y ofrecer siempre precios competitivos, fortaleciendo la prevención de enfermedades de transmisión sexual y con ello “Promover la salud sexual” así como una apertura mental y una concepción sana y satisfactoria de la sexualidad.

2.5.- Visión:

Establecernos en el mercado como una marca confiable y segura para nuestros consumidores, ofreciendo un producto de gran calidad, expandiendo nuestro mercado de la región hasta otros países.

2.6.- Objetivos:

Corto plazo:

- Posicionarnos en la mente del consumidor.
- Establecer puntos de venta en la ciudad.
- Realizar una campaña llamada “SEXO SEGURO”.
- Incrementar la cartera de clientes un 25% cada 2 meses.

Mediano plazo:

- Extender nuestro mercado en la península.
- Establecer relaciones y convenios estratégicos con empresas e instituciones para impulsar la comercialización de nuestros productos.
- Elevar nuestras ganancias un 10% cada 6 meses.

Largo plazo:

- Competir con las marcas líderes en el mercado.
- Establecer convenios con empresas extranjeras para expandir en un futuro nuestro mercado a otros países.
- Duplicar nuestras ventas.

2.7.- Mercado Objetivo:

- Gobierno: programas sociales.
- Proveedores de SESA.
- Empresas privadas: Oxxo, farmacias YZA, similares y del ahorro.
- Hombres y mujeres de 16 a 40 años.

2.8.- MARKETING MIX

Tabla núm. 2

PRODUCTO

- **P1.Lanzar una nueva imagen a la que ya tenemos. (por ejemplo: se usara cada una de las estaciones del año para hacer diseños de embalaje)**
 - **P2.Lanzar una nueva línea de producto complementaria (lubricantes, anillos vibradores)**
 - **P3.Nuevos sabores diferentes (tequila, vodka)**
-

DISTRIBUCIÓN

- **D1.. Intermediarios**
 - **D2. Ubicar nuestros productos solamente en los puntos de venta que sean convenientes para el tipo de producto que vendemos (estrategia de distribución selectiva)**
 - **D3. Entrega en tiempo, en forma y en lugar.**
-

2.9.- Nueva imagen

Figura num. 3



2.10.- Precio

Tabla núm. 3

- P1. Ofrecer descuentos por pronto pago, por volumen o por temporada.
- P2. Facilidad de pago a crédito (mayor precio).

Figura núm. 4



2.11.- Promoción

Tabla núm. 4

-
- **P1. Crear una Página Web atractiva y dinámica**
 - **P2. Administración de Redes Sociales**
 - **P3. Brindar descuentos especiales en determinados productos y en determinadas fechas.**
 - **P4. Darle pequeños regalos u obsequios a nuestros principales clientes.**
 - **P5. Participar en una feria o exposición de negocios.**
 - **P6. Organizar algún evento o actividad (ser patrocinador oficial)**
 - **P7. Relaciones públicas**
-

Figura núm. 5



“ELLOS QUIEREN SEXO, YO QUIERO FIDELIDAD”

2.12.- Pagina Web

Figura núm. 6
(kanaan a kuxtal, 2015)

KANAAN A KUXTAL ; *Cuida tu Vida !*

UNA EMPRESA CRECIENTE



Actualmente distribuimos en toda la Riviera Maya incluyendo Playa del Carmen, Tulum, Chiquila, Isla Mujeres y Cozumel.

Somos una joven empresa Quintanarooense que se caracteriza por nuestro gran interés en un rápido crecimiento y un servicio al cliente de excelencia.

Nuestra misión:

Llevar seguridad y tranquilidad a nuestros clientes con preservativos seguros y confiables de alta calidad y al mejor precio.

PUNTOS DE VENTA

Cancún
Playa del Carmen
Cozumel
Tulum
Cantunilquin
Holbox
Toda la Riviera Maya

[INICIO](#)

[ACERCA DE NOSOTROS](#)

[CONTACTO](#)

CAPITULO 3

ANÁLISIS DEL ENTORNO ECONÓMICO, POLÍTICO Y SOCIAL EN QUINTANA ROO

3.0.- Entorno económico

La economía de Quintana Roo junto con Puebla fue la economía que más creció en el 2012. Quintana Roo es el principal destino turístico de México y Caribe, sin embargo, la economía quintanarroense ofrece oportunidades de negocio en otros cinco sectores: agro negocios, pesca y acuacultura, silvicultura, desarrollo de soluciones tecnológicas y el desarrollo la manufactura artesanal e industrial.

De acuerdo con información del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) el estado cuenta con un millón 480 mil habitantes, de los cuales un poco más de mitad se ubican entre la Población Económicamente Activa, con una edad media de 25 años.

La economía de Quintana Roo que aporta el 1.53 por ciento de la economía nacional, reportó junto con Puebla el mayor crecimiento en el 2012. El PIB per cápita de los quintanarroenses se ubica en 132 mil 598 pesos anuales, que los coloca un 20 por ciento arriba del promedio nacional. Datos de la Secretaría de Comunicación y Transportes (SCT) indica que la entidad cuenta con una red logística con más de cinco mil kilómetros de infraestructura carretera, apoyada con una plataforma portuaria que abarca terminales de ruta de transbordadores como Puerto Morelos y Calica, y de crucero como son Cozumel y Mahahual.

Quintana Roo cuenta con tres aeropuertos internacionales, lo que se traduce en conectividad área hacia los principales mercados internacionales, lo que abre una puerta de entrada a los países de Centro y Sudamérica y el trampolín a la costa este de la Unión Americana, Europa y Asia, permitiendo un intercambio oportuno de bienes, mercancías y servicios. La sólida conectividad del Estado en combinación de la posición geográfica, hacen de la entidad un centro logístico en proceso para el sector financiero, negocios, industria, comercial y cultural.

En ese escenario, Quintana Roo se convierte en el estado con alto potencial para la inversión, instalación, expansión y consolidación de sus empresas y oportunidades de negocio.

3.1.- Entorno político

El Ayuntamiento de Othón P. Blanco está conformado por el Presidente Municipal, un Síndico, 9 regidores de mayoría relativa y 6 regidores de representación proporcional. Chetumal se encuentra en una situación en el que no cree en sus líderes políticos. Son renuentes y no creen en sus gobernantes. Sin embargo una parte, una minoría es fiel a su partido político y no tanto porque tengan buenas propuestas ni porque sean la mejor opción si no porque es algo así como una decisión o un partido heredado. Es así como en esta ciudad capital prevalece un solo partido político, el PRI.

3.2.- Entorno sociodemográfico

En Chetumal viven 136825 personas de las cuales 67039 son masculinos y 69786 femeninos. Hay 84869 ciudadanos que son mayores de 18 años, 7856 personas de ellos tienen 60 años o más de edad. Los habitantes de Chetumal visitan un promedio de 4 años la escuela y 39222 personas mayores de 15 años tienen educación post básica. Entre las personas de 15 años o más de edad se encuentran unos 3948 analfabetas.

Hay un total de 34562 hogares en Chetumal. De estos hogares 35250 son casas normales o departamentos. 1287 hogares tienen piso de tierra y 5486 consisten en un cuarto solo.

En Chetumal hay 33170 viviendas que cuentan con instalaciones sanitarias, 32641 viviendas que están conectado a la red pública y 33094 viviendas tienen acceso a la luz eléctrica. De las hogares en Chetumal aproximadamente 9189 tienen una o más computadoras, 27490 cuentan por lo menos con una lavadora y 32336 viviendas tienen uno o más televisores. La información sobre Chetumal está basada en el Censo del 2005 efectuado por el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI).

3.3.- Entorno tecnológico

En el 2015 Quintana Roo pretende crecer en diferentes ámbitos, como lo es la educación ya que se plantea contar con cuatro planetarios, de unos 30 que existen en el país, con tecnología digital avanzada, incluyendo uno, el de Cozumel, con imágenes en tercera dimensión, que ya tiene un avance de más de 50 por ciento y será inaugurado en el próximo mes de marzo.

Están programadas cerca de mil 500 actividades, involucrando a más de cien mil chicas y chicos, con la participación de 70 instituciones de educación media superior y superior. Se realizarán también diversos concursos de proyectos con vocación científica y tecnológica, para lo que se destinarán entre otros premios diez laptops, veinte tabletas y 19 mini tabletas.

Cabe mencionar, que Chetumal, tiene como objetivo de acuerdo al plan municipal 2013-2016, crecer como tal, implementando proyectos en diferentes áreas de la ciudad para su beneficio y modernidad, ya que se proyecta mejorar en diferentes aspectos para atraer al turista y generar movimiento económico en la ciudad. Uno de los puntos clave como propuesta que tienen algunas de las convocatorias para llevar a cabo los planes es la innovación, y la implantación de tecnología.

La ciudad está creciendo muy rápido en cuanto a su población, pero hay déficit en cuanto a la tecnología en los ámbitos de la salud, infraestructura y comunicación, factores que hacen que las personas que habitan en la ciudad tiendan a migrar a otros estados para ir en busca de sus necesidades, aunque para ello tengan que hacer gastos elevados. Lo que ocasiona que la mayoría de las veces las personas, sobre todo las jóvenes, se queden en esas ciudades o estados vecinos, y no decidan residir en la ciudad.

3.4.- *Análisis del sector social o productivo*

La compra de estos productos es meramente una formalidad en las relaciones de los seres humanos, debido a su gran necesidad de uso, la compra de estos productos se ve imprescindible. El consumidor cuando adquiere este tipo de producto, sabe lo que busca en él.

La multitud de tipos de preservativos, colores, tamaños, sabores, etc. Son simplemente un tipo de llamativa hacia el consumidor, para que no se aburra de las marcas que suele utilizar, por eso se han visto las empresas del sector con la necesidad de ampliar la gama de productos (renovarse o morir).

La marca, quizá sea una de las principales características a la hora de decidirse por uno u otro, debido a que no todas ofrecen lo mismo, y el consumidor siempre busca su seguridad y efectividad en su utilización, nos vemos arrastrados por empresas grandes, que nos llevan en fila recta hacia sus productos alegando que su seguridad es la más efectiva, dándote encuestas de todo tipo, haciéndote ver que si adquieres una de sus marcas la calidad está asegurada. Es por eso que una buena campaña de marketing, sube muchos puntos a la hora de adquirir este producto en concreto.

La calidad y seguridad que ofrecen todas las marcas es similar, sólo que las marcas más prestigiosa cuentan con la confianza del consumidor. Hace algunos años la primera empresa que se quiso diferenciar de las demás de manera clara, fue Control, inventando unos preservativos de colores para variar en el uso de los mismos, y que no fueran tan simples sus productos.

El error que cometió esta empresa fue que no protegió su producto, con respecto de las competidoras, y estas al ver que gran parte de su mercado se le iba, empezaron a producir preservativos de las mismas características que los de control, nivelando así la balanza en el mercado.

Una de las opciones que uso la empresa Durex para diferenciarse de las demás, fue la posibilidad de ser líder en costes en el sector, y así obtener una ventaja competitiva, así que decidieron rebajar los precios de los preservativos.

La verdad es que esta gran idea no supuso ningún beneficio para el empresa en cuestión, debido a que su repentina rebaja de precios tomo por sorpresa tanto a la competencia, como a los mismos consumidores, y ellos juzgaron que una bajada semejante no podía ser nada bueno, y misteriosamente las marca control, empezó a beneficiarse de esa bajada, debido a que sus ventas se dispararon en un 200%.

3.5.- Análisis de la demanda

El consumidor de preservativos, que somos todos, ya que abarca un campo muy amplio dentro del mercado. El uso del preservativo es sabido por todos que se usa con mucha frecuencia para prevenir multitud de enfermedades de transmisión sexual, y evitar los embarazos no deseados en las relaciones, estos son los motivos por los que multitud de personas de todo el mundo de edades, sexos y religiones compran este método anticonceptivo.

Normalmente nos guiamos a la hora de comprar los preservativos por las campañas publicitarias que crean las empresas más poderosas del planeta en la producción de preservativos, factor muy importante a la hora de decidirse por un tipo u otro de preservativo.

Los principales usuarios de este producto, son las personas con edades comprendidas entre los 16 y los 40 años, ello no quiere decir que gente más joven, o más madura, no lo usen, solo identifica de manera significativa la mayor cantidad de consumidores entre esas edades.

A la hora de comprar, los consumidores optan por adquirir estos productos en farmacias, debido simplemente a que la seguridad, el trato, la limpieza, que produce un establecimiento de este tipo está muy por encima de cualquier otro.

También se suelen adquirir de forma fortuita, en diferentes bares de todos los sitios, donde nos encontramos las típicas cajas de preservativos, este método de distribución no es muy bien considerado por los usuarios, debido a que no otorga seguridad al uso del producto.

Es por ello que muchas marcas nacionales de preservativos se decanten por estos medios, ya que son los más económicos, pero no aseguran compras espectaculares y ganancias a corto plazo.

3.6.- Análisis de la competencia

En el mercado existen marcas como Sico, Trojan, Prudence o M Force, que venden preservativos con diferentes texturas, colores, precios y hasta sabores. La presentación básica es de tres piezas, aunque los precios varían de 27 a 59 pesos.

Los productos especializados, como condones de poliuretano, cuestan 99 pesos el paquete, mientras los texturizados valen 60 pesos la caja de tres piezas.

Pero a la hora de elegir una marca, los hombres y las mujeres buscan diferentes características, Según Y&R, especializada en estudios de mercado, los hombres buscan

que su marca de condones sea confiable, sensual y atrevida. En cambio, para las mujeres lo más importante en una marca de condones es la seguridad, luego la confianza y en tercer lugar la sensualidad. Una vez superadas las tres características señaladas, ellos se fijan en la calidad, luego en que sea una marca amigable, saludable, segura, dispuesta a transformarse constantemente y por último que tenga “los pies en la tierra”. Para las mujeres la cuarta característica más importante de una marca de condones es que sean amigables, atrevidas, con una alta capacidad de transformarse, que cada vez sean más conocidas, saludables, se preocupen por el consumidor y sean marcas líderes. Así, con base en las impresiones recabadas entre dos mil 500 mexicanos, “tanto hombres como mujeres le exigen al condón ser confiable pero al mismo tiempo sensual”

3.7.- Proyección de la demanda

En México viven 113 millones y mientras cada año se suman 90 mil nuevos habitantes, la demanda de anticonceptivos a la industria farmacéutica muestra una caída de 4.24 por ciento en 2013.

De acuerdo con IMS health al cierre de septiembre de este año el mercado de los anticonceptivos en México tenía un valor de tres mil 902 millones de pesos, apenas es 0.10 por ciento más valioso que al cierre del mismo mes pero de 2011. Y aunque métodos como la píldora anticonceptiva se inventaron hace más de 50 años para el control poblacional, en México la demanda de estos fármacos cayó.

A septiembre de 2010 se vendieron 22 millones 818 mil 299 unidades de estos medicamentos; al cierre del noveno mes, pero de 2012, la cifra era de 21 millones 849 mil 358 unidades, es decir hubo una disminución en el consumo de 4.24 por ciento en tan solo un año, según datos de la consultoría experta en la industria farmacéutica.

Sin embargo, en la manufactura y venta de estos fármacos compiten 53 laboratorios en México, están Schering Mexicana, Pfizer, Wyeth, Abbott, Janssen, Asofarma, Hormona, Landsteiner Scientific entre otros, los cuales venden desde anticonceptivos inyectables hasta en parches o en píldoras de consumo diario.

Pero además de los fármacos que ayudan a evitar embarazos, están los condones, pese a que en el mercado existen de todos los colores, sabores, texturas y precios, bajo marcas como Trojan, Sico, MForce o Simi Condones el uso de este método es bajo. De acuerdo con estimaciones de Trojan a septiembre de 2010, en nuestro país se venden cerca de 180 millones de condones al año, por lo que las personas sexualmente activas compran anualmente 3.6 condones.

3.8.- Las marcas de los preservativos más seguras de venta en México:

Tabla núm. 5

Sico
Prudence (clasico)
Trojan (extra fuerte)
Greco (regular liso)
Big Boy (lisos lubricados)
M (M Force)
Encanto
Durex

(El siglo de torreon, 2015)

3.9.- ENCUESTA

Esta encuesta esta enfocada a recopilar datos sobre el uso del condón y de los factores que determinan la percepción del usuario frente al uso de preservativos en hombres y mujeres.

1: Utilizas condón en todas tus relaciones?

- Si
- No
- Frecuentemente

2: Donde los adquieres?

- Farmacia
- Consultorios
- Oxxo

3: Cuanto gastas mensualmente en condones?

- 0-100
- 0-200
- 0-300

4: Si no ocupas, ¿ cual es tu motivo principal?

- Precio
- Estética y perdida de sensibilidad
- Enfría el momento
- Es poco romántico

5: Si utilizas, cual es tu razón principal

- Embarazo no deseado
- Enfermedades de transmisión sexual
- Ambas
- Otro

6: ¿Que marca de condón encuentras más confiable?

- Durex
- M Force
- Sico
- Trojan

3.10.- Población de estudio

- 15 a 35 años
- Sexo Masculino y femenino
- Clase social: Baja, media y alta
- Ocupación: Estudiante, universitario, profesional

3.11.- Objetivos específicos

- Conocer el porque de las personas prefieren usar el condón.
- Identificar cuales son los sentimientos que se encuentran involucrados a la hora de usar el preservativo
- Identificar que porcentaje de usuarios son responsables a la hora de tener relaciones sexuales y cuidarse.
- Identificar que tabús existen a la hora de realizar la compra.

3.12.- Preferencias de gusto

Tabla núm. 6

✓ Sensación
✓ Sensibilidad
✓ Placer
✓ Seguridad
✓ Calidad
✓ Deseo
✓ Comodidad
✓ Gusto
✓ Responsabilidad
✓ Credibilidad

Capítulo 4

4.0 .- Logística de kanaan a kuxtal

Al ser este proyecto un intermediario de comercialización nuestro proceso de producción es mediante nuestro proveedor, importar las cajas de condones y comercializarlos a nuestros clientes.

Los productos que ofrecemos son preservativos masculinos en 2 presentaciones:

- Sabor fresa
- Sabor plátano

Mercado tecnológico o de procesos productivo.- El tipo de tecnologías que se manejarán en el proyecto, son las solicitadas con las instituciones de salud que regulan la comercialización de preservativos, como lo son una bodega en óptimas condiciones, aire acondicionado para una temperatura exacta, así como algunos requerimientos extras

Mercado de bienes de capital.- Los aspectos importantes a considerar en este sentido son:

El precio, mismo que será accesible para los consumidores o clientes potenciales de la región y que podrá ser competitivo con las demás empresas del mismo giro.

El costo de mantenimiento, será constante y se procurará que sea bajo, aunque es necesario ya que las instituciones reguladoras nos indican que son necesarias realizarlas, como el mantenimiento de la bodega y el aire acondicionado.

Mercado de recursos humanos. - Hay dos opciones en lo que respecta a la mano de obra especializada: contratar especialistas con un mayor sueldo, o contratar personal con menor sueldo inicial y capacitarlo internamente, lo cual implica un costo.

4.1.- Equipos para la manipulación y almacenamiento.

Tabla núm. 7

Características de los materiales a utilizar en la bodega.

NOMBRE	UNIDAD	IMAGEN	ESPECIFICACIONES	PRECIO UNITARIO
TARIMAS DE MADERA	35		Las tarimas se utilizan como soporte, superficie de transporte o como estructuras para almacenar cargas y evitar humedad en las cajas.	\$35.00
MESA DE METAL FRÍA	2		La mesa de metal es para evitar humedad, son utilizadas como escritorio.	\$1000.00
EXTINGUIDOR DE ESPUMA	1		Actúan por enfriamiento y por sofocación, pues la espuma genera una capa continua de material acuoso que desplaza el aire, enfría e impide el escape de vapor con la finalidad de detener o prevenir la combustión.	\$500.00
UNIFORME DE BODEGUERO	4		El uniforme es indispensable para evitar la contaminación con el producto. Uniforme especial para bodega, térmico.	\$350.00

BOTAS	4		<p>Las botas ayudan para no ensuciar el área de trabajo y no permite la entrada de gérmenes. Botas especiales para bodega, térmicas.</p>	\$250.00
BASCULA INDUSTRIAL DE RECIBO FS 500kg	1		<p>La Báscula Recibo FS se usa para pesar las cajas de preservativos, para saber con exactitud el peso de las cajas, que es ahí como se mide para pagar el contenedor. El tamaño de la bascula es compacto y de gran precisión le permite hacer ambas funciones a la vez.</p>	\$1800.00
TELÉFONO DE ESCRITORIO	1		<p>El teléfono se utiliza para localizar a los compradores, para hablar con los proveedores, es numero fiscal de la empresa, y como los proveedores son de la india es mucho mas económico un teléfono local.</p>	\$400.00
CAJA DE CONTENEDOR	1		<p>La caja de contenedor es de 20 pies, se renta cada vez, que se hacen las operaciones de carga y descarga del producto, aproximadamente cada 3 meses.</p>	\$1000.00

AIRE ACONDICIONADO	2		El Aire acondicionado de 2 toneladas, permite mantener la bodega en temperatura estable por los preservativos, para evitar el calor del producto.	\$1400.00
CAMIONETA FORD 2010	1		Camioneta de 4 cilindros, estándar, se utiliza para hacer diligencias de la empresa.	\$170,000.00
Laptop laptop 15" Toshiba Satellite L50Dt-A5174Fm	1		Laptop 15" Toshiba Satellite L50Dt-A5174Fm	\$15000
Impresora	1		Velocidad de impresión en negro: Funciones: Impresión, copia, escaneado, fax	\$2500
Insumos de oficina	Lote	varios	Papelería Tintas de impresora Etc.	\$1500

4.2.- Distribución de la planta

Figura núm. 7



4.3.- Insumos

Para el inicio de operaciones los insumos a utilizar son las cajas de preservativos que se importaron las cuales fueron 8 lotes cada uno de 104 cajas, las cuales se comercializaran, siendo un total de 832 cajas.

4.4.- Proveedores

Los preservativos son fabricados en CUPID LIMITED ubicado en INDIA, siendo una empresa muy competitiva en el sector. Es un fabricante líder, con un equipo de trabajo de calidad, eficiencia y eficacia. Fabrican condones masculinos y condones femeninos con sede en Mumbai, India. Tiene una de las mayores instalaciones de fabricación y de I + D centro en Nashik, India. Además de Mumbai y Nashik, la Compañía tiene sus oficinas comerciales en Nueva Delhi, India, y Cleveland, Ohio, EE.UU.

Cupido Ltd. es la empresa de fabricación y comercialización de condones con éxito en la India. Otros países, entre ellos Rusia, Australia, Turquía, Nigeria, Jamaica, Reino Unido e Italia. Cupido ofrece varios tipos de condones como Llano, punteado, multitexturizado.

Cupido utiliza la tecnología de inmersión alemana Richter-Hi Tech y la prueba electrónica en línea. Cada condón es probado electrónicamente antes de aprobar y antes de su expedición.

figura núm. 8



4.5.- Economía en la india

La India oficialmente la República de la India es un país ubicado en Asia del Sur. Es el séptimo país más extenso y el segundo más poblado del mundo.

India se desarrolla como una economía de libre mercado, a pesar de mantener rasgos de antiguas políticas autárquicas. La liberalización económica, incluyéndose el sector industrial, la privatización de empresas públicas y la reducción de los controles de las inversiones externas y del comercio comenzaron en los años 1990, y sirvieron para acelerar el crecimiento del país, que ha superado los 7% al año desde el 1997.¹ El país tiene la quinta economía más importante del mundo en términos de paridad de poder adquisitivo (PPA), con un producto nacional bruto de US\$ 4,06 billones el 2010.

La economía del país es diversificada; hay desde actividades agrícolas tradicionales en pequeños pueblos y artesanía, hasta una gran diversidad de industrias y servicios modernos. Poco más de mitad de la mano de obra trabaja en la agricultura, pero el sector de servicios es lo más importante de la economía del país, y es responsable por mitad del PIB nacional, ocupando 1/3 de la fuerza de trabajo.

La llegada de la era digital así como la existencia de un gran número de personas alfabetizadas, con formación educativa y con dominio del inglés, está convirtiendo este país en uno de los lugares preferidos para la ubicación de las actividades internas de las empresas, para tornarse un importante exportador de servicios de tecnología y software. Asimismo, la India es el mayor exportador de trabajadores altamente cualificados de servicios informáticos y financieros.

El país se ha recuperado bien de la crisis del 2010, principalmente debido a su fuerte mercado interno, y el crecimiento real ha sobrepasado los 8%.

4.6.- Principales sectores económicos en india

India se encuentra entre las 10 potencias económicas más importantes del mundo. Después de experimentar un fuerte crecimiento en 2010, el país atravesó en 2011 un período marcado por la estancación del crecimiento y una fuerte inflación (10%). Para el año fiscal 2012-2013, el crecimiento debiera ser el más bajo de últimos diez años (5%), debido a los resultados agrícolas negativos, la baja de la producción industrial y la degradación de la coyuntura internacional. El consumo de los hogares (60% del PIB), aunque en baja, sigue siendo el principal motor del crecimiento.

India es la cuarta potencia agrícola del mundo. La agricultura representa aproximadamente el 17% del PNB y emplea a más de 50% de la población activa. Los principales cultivos son trigo, mijo, arroz, maíz, caña de azúcar, té, patata y algodón. India es también el segundo mayor productor de ganado bovino, tercero de ganado ovino y cuarto en términos de producción pesquera. El carbón es la principal fuente energética del país (India es el tercer productor de carbón a nivel mundial).

La producción textil tiene un papel predominante en la industria de fabricación y la industria química representa, por tamaño, el segundo sector industrial (12% del PNB).

El sector servicios es la parte más dinámica de la economía india. Contribuye a más de 55% del PIB y emplea a un poco más de un cuarto de la población activa. El rápido crecimiento del sector del software estimula las exportaciones de servicios y moderniza la economía india.

Agricultura Arroz, trigo, mijo, maíz, plátano, naranja, manzana, limón, soya, papas, aceite vegetal, algodón, yute, té, caña de azúcar, Tierras de Labrantío 56%

Minerales y Recursos Carbón (mundialmente en cuarto lugar), mineral de hierro, manganeso, mica, bauxita, titanio, cromo, gas natural, diamantes, petróleo, piedra caliza, tierra de labrantío.

Principales productos de exportación: Diamantes cortados y pulidos, joyería, prendas de algodón, cuero, medicamentos.

Destino de las exportaciones: E.U.A 20.9%; Reino Unido 2.5%; Alemania 4.3%; Japón 4.0%; Bélgica 3.3%. Principales productos de importación: Petróleo o crudo, piedras preciosas, químicos, maquinaria, aparatos electrónicos. Fuente de las importaciones: Reino Unido 6.3%; E.U.A. 6.0%; Bélgica 5.7%; Japón 3.5%; Alemania 3.5%.

4.7.- Países importadores de preservativos:

Entre los países que más consumen preservativos y que aparte de producir los importan están los países de: Costa Rica, Reino Unido, España, Alemania, Japón, Europa occidental, Argentina, Australia y más cercanos como Brasil, Bolivia, algunos del Caribe y Canadá.

El año pasado se importaron de seis mercados distintos “gomitas” por poco más de US \$971 mil, el doble que lo importado diez años atrás (2003). El principal proveedor del mercado nacional es Tailandia (casi la mitad viene de allí), seguido por Alemania (US\$ 182 mil) y Argentina (US\$ 171 mil). También llegan desde Vietnam, España y Malasia.

De acuerdo a estimaciones aportadas por los impulsores de la frustrada industria de sólo el Ministerio de Salud Pública importa unos 15 millones de profilácticos; mientras que serían volcados al mercado privado otros 25 millones.

De acuerdo a un análisis de las cifras de la Secretaría de Economía, de la

fracción arancelaria 4014.10.01 para los condones, durante los meses de diciembre 2010; enero y febrero en 2011 se trajeron al país 92 mil 48 kilogramos (kg) de preservativos, 11.3% menos al periodo de septiembre a noviembre de 2010, estimado en 103 mil 853 kg.

Entre diciembre 2014, enero y febrero 2015 se colocaron 66 mil 720 kg de condones importados principalmente de países como Alemania, Estados Unidos y Malasia, 12% por debajo de los adquiridos entre marzo y mayo, calculados en 75 mil 913 kg. En 2013, las ventas de invierno de condones fabricados principalmente de caucho fue de 79 mil 758 kg, 17% menos que en la primavera cuando se trajeron al país 96 mil 567 kg.

Realmente esta información destaca que los mexicanos manifestaron una amplia tendencia por incrementar la actividad sexual en el invierno, a diferencia de los países europeos.

4.8.- Agencia aduanal

ABJLOGISTICA ADUANAL INTERNACIONAL SC; Es una empresa mexicana, dedicada a la documentación y coordinación logística de exportaciones e importaciones y la asesoría en comercio internacional. Operando en Subteniente López y en el Puerto de Veracruz, Manzanillo.

4.9.- Importación

La importancia de llevar a cabo una buena gestión logística reside principalmente en los costes y el servicio al cliente. Los costes logísticos incluyen la gestión de inventarios, el procesamiento de pedidos, los fletes de transporte, los seguros, el almacenamiento, el manejo, la carga y descarga, el embalaje y la documentación. Estos costes tienen un peso muy importante en el precio final del producto.

Una adecuada gestión logística no solo economiza los costes señalados, sino que también reduce o elimina los denominados costes ocultos, más difíciles de valorar pero no por ello menos importantes. Estos costes, que se pueden evitar, incluyen los asociados a la pérdida de ventas por falta de satisfacción de clientes y distribuidores, el coste por demora, los intereses del capital invertido en la mercancía, directamente relacionados con la duración del envío, y las pérdidas por falta de un seguro que cubra los riesgos.

La ruta que lleva el contenedor con el producto de importación es el siguiente:

- Puerto de salida: Nhava Sheva
- Puerto intermedio: Jamaica
- Puerto de llegada: Belice
- Tiempo de transito : 60 dias
- Ruta: India, Jamaica, Belice.

Una vez que el embarque llega a Belice, lo cruzamos a la zona libre de Belice para poder descargarlo en bodegas en espera de la importación a la Ciudad de Chetumal Q.ROO.

4.10.- Envase y embalaje

Imágenes desde Mumbai, india.

Figura núm. 9

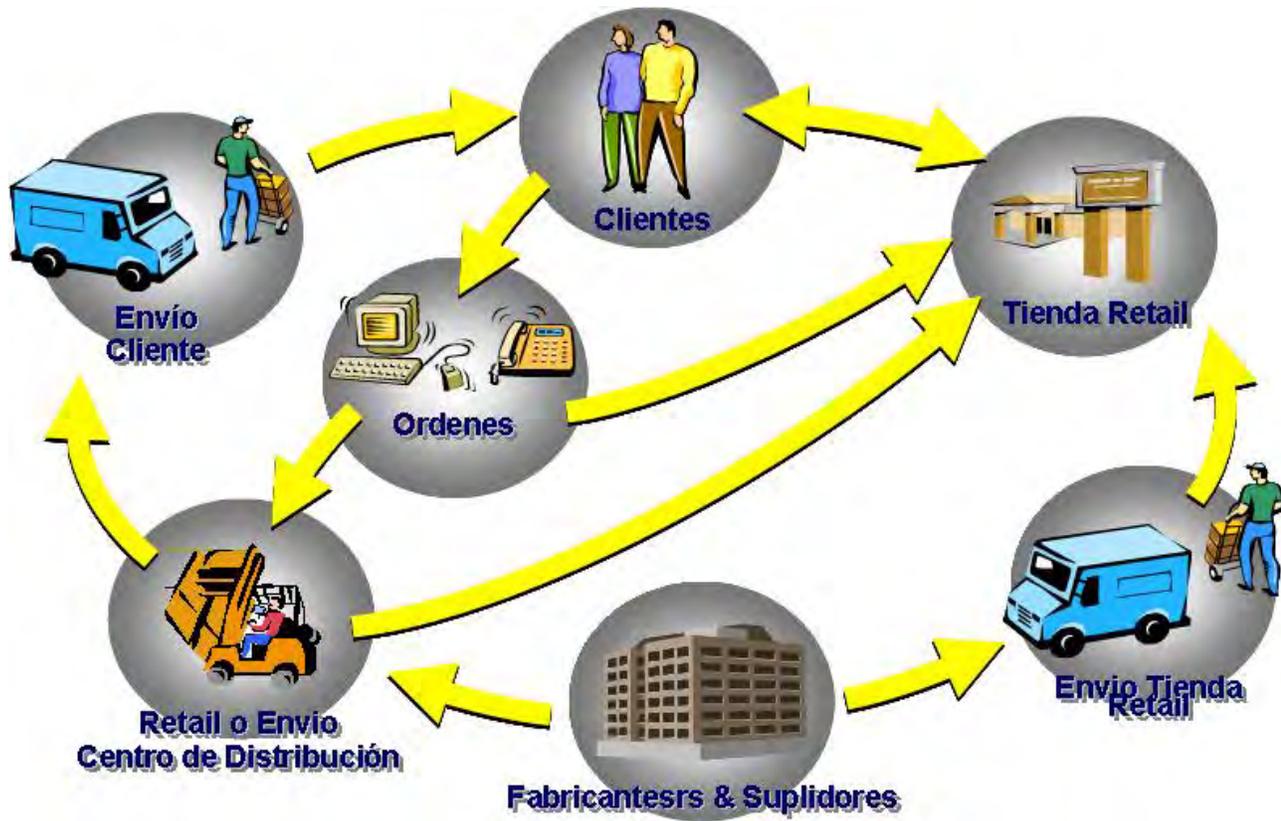


Figura núm. 10

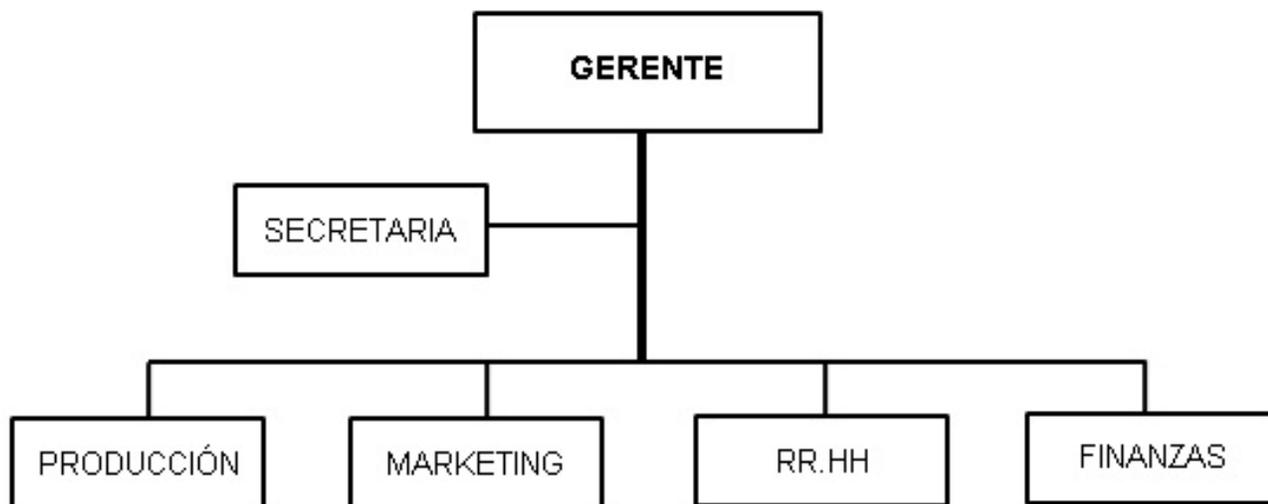


4.11.- Proceso de compra

Figura núm. 11



4.12.- Organigrama



4.13.- Puestos y perfiles

Tabla núm. 8

PUESTO	PERFIL	FUNCIONES
GERENTE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento en administración 2. Líder 3. Capacidad para dirigir y trabajar en equipo 4. habilidad para resolver problemas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Encargado y representante de todos los participes 2. Administrar, controlar, dirigir las actividades operativas y administrativas de la empresa 3. encargado de recursos humanos.
ASISTENTE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidad para trabajar en equipo 2. Capacidad para optimizar productos y procesos 3. planificador y ordenado 4. conocimiento en la preparación de pasteles 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocer y manejar el ciclo productivo. Planificar y dirigir el ciclo productivo 2. realizar compra de materias primas y optimizar su uso. 3. llevar el control de las ventas
AGENTE DE VENTAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento en el área de preservativos 2. Buena presentación. 3. Persuasivo, habilidad de venta 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Llevar a cabo el proceso de venta 2. Visitar a los clientes 3. Cerrar ventas 4. Crear y gestionar convenios
BODEGUEROS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento del área 2. Disponibilidad de trabajar en equipo 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Carga y descarga de camiones 2. Mantenimiento y cuidado de los lotes
LIMPIEZA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Actitud de colaboración 2. Eficiencia 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mantenimiento del área de trabajo 2. Cuidado de los insumos de limpieza

4.14.- Sueldos y salarios

Tabla núm. 9

PUESTO	CANTIDAD	SALARIO/SUELDO Quincenal	MENSUAL
GERENTE GENERAL	1	\$3750	\$7500
ASISTENTE	1	\$2500	\$5000
AGENTE DE VENTAS	1	\$3000	\$6000
BODEGUERO	2	\$1500	\$3000
LIMPIEZA	1	\$750	\$1500

Capítulo 5

5.0.- Políticas de trabajo

1.0 Apertura de las oficinas

Es responsabilidad del gerente o jefe de venta de la empresa abrir diariamente a la hora asignada, para esto es necesario seguir los siguientes pasos:

- Revisar que los candados y cerraduras no presenten huellas de violencia, de ser así, notificar a gerencia de operaciones, departamentos jurídico, auditoria y central de alarmas para recibir instrucciones.
- Checar si no hay personas sospechosas cerca de la oficina.

- Abrir la oficina cuando lleguen por lo menos dos trabajadores.
- Cuando se suscite algún evento extraordinario (robo o incendio) notificar lo mas pronto posible al departamento legal, a su asesor de operaciones y en su caso si así se requiera el departamento de auditoria.
- Deberá tener el directorio telefónico de oficinas centrales (incluyendo el de todos los ejecutivos)

Para esta actividad deberá presentarse 10 minutos antes de la hora asignada para ofrecer el servicio.

5.1.- Presentación del personal

Al ingresar el personal a la empresa, el gerente o jefe de venta debe revisar que todo colaborador de la empresa se encuentre presentable, esto esta establecido claramente en el reglamento interno de la empresa, el cual dice que:

Personal masculino: no tenga tatuajes a la vista, aretes, huaraches, sandalias, tenis, pantalón de mezclilla, lociones escandalosas, alhajas llamativas, mal olor. Debe presentarse aseado con uso de desodorante, rasurado, si usa barba o bigote debe estar bien recortado, cabello corto, dientes limpios, manos limpias con uñas recortadas, zapatos limpios.

Personal femenino: no tenga tatuajes a la vista, short o bermuda, aretes grandes, cabello despeinado y sin adornos grandes, huaraches, chanclas, tenis, pantalón o falda de mezclilla, perfumes escandalosos, alhajas llamativas, mal olor.

Debe presentarse aseada con uso de desodorante, dientes limpios, maquillaje discreto, calzado limpio, manos y pies limpios con uñas recortadas, en caso de usar esmalte deben estar bien pintadas

Para todo el personal queda estrictamente prohibido mascar chicle en horas de trabajo.

Todo el personal de la empresa deberá portar la filipina limpia y bien planchada y nunca fuera de la empresa y deberá portar en todo momento su gafete.

Nota: en caso de que no se cumplan estas disposiciones el gerente tiene la facultad de imponer medidas de sanción al empleado.

Activación de equipo de computo.

Encender equipo en el siguiente orden:

Servidor:

- Conectar el regulador y presionar botón de encendido.
- Ubicarse en el icono de ventas.
- Ubicarse en el icono de inventarios.

Nota: En caso de identificar anomalías en el equipo, notificar de inmediato al jefe y supervisor de sistemas y asesor de operaciones. Reportar la computadora cuando se descomponga.

En esta actividad, se deberá de mantener en perfecto estado el funcionamiento y limpieza de todo el equipo asignado.

Control de asistencia.- Supervisar que el personal se anote en el formato de control de asistencia el cual debe llevar los siguientes datos:

- Inicio de labores: por orden de entrada, escribiendo su nombre completo, hora y firma.
- Salida para ingerir alimentos: hora y firma.
- Reinicio de labores: hora y firma.
- Terminó de labores: hora y firma.

En la hora de entrada o reinicio de labores el gerente tiene la facultad de regresar al personal, en el caso de que se registren 10 minutos de retraso, o más de 3 retardos después de su hora de entrada.

En su caso, turnar de inmediato vía telefónica a la gerencia de Recursos Humanos.

En esta actividad se controla la asistencia del personal, para efectos de cargas de trabajo y pago correcto de nomina.

1.1 Inicio de labores.

Para poder iniciar las labores el gerente o jefe de venta deberá revisar los siguientes puntos:

- A toda persona que tenga acceso a la oficina y bodegas de la empresa, deberán contar con identificación y motivo de su visita.
- Los proveedores deberán entregar su portafolio al gerente o jefe de ventas, quien deberá entregárselo al retirarse de la oficina.
- El gerente no queda exento de revisión, ya que deberá ser revisado por cualquier otra persona de la oficina.
- Supervisar la limpieza de la oficina, de acuerdo al formato “Rol de Limpieza” (ver anexo pág. 15) específicamente: pisos, paredes, banquetas, baño, bodega, vidrios de fachada.
- Supervisar que todo el personal cuente con todas las herramientas necesarias.

En esta actividad, se debe vigilar, la seguridad, higiene e imagen de la empresa, así como, el inicio de operaciones.

Depósito de la venta del día.

En primer lugar se debe de elaborar el formato de “Ventas de ingresos diarios” en el que se especifica la cantidad ha depositar, luego se cuenta y ordena el dinero. Se debe de realizar un depósito parcial en la tarde no mayor a 20 mil pesos, pasando de esta cantidad se deberá contar con una cuenta fiscal.

Este deposito y control del dinero será realizado únicamente por el gerente de la empresa.

Esta actividad es fundamental para la administración del ingreso oportuno del efectivo de la empresa, básica para realizar otras actividades financieras.

- Recepción de mercancía de proveedores y almacén

Se debe de recibir la mercancía (preservativos) que entrega el proveedor (CUPID LIMITED) para esto se debe de seguir los siguientes pasos:

- Contar con el área necesaria para recibir las cajas
- Tener al personal necesario para la descarga del producto
- Verificar el numero correcto de cajas
- Verificar que sean correctos los números de lotes
- Si el número de cajas se encuentra completo, firmar la bitácora, pagare o factura original del proveedor o almacén.
- Si el número de cajas se encuentra incompleto, tendrá que hablar al gerente de la empresa.

- Revisar la factura para verificar que lo facturado por el proveedor, sea lo que se solicito

- Elaboración de estadísticas

Elaborar las estadísticas de las ventas y compras de la empresa de preservativos, en los siguientes formatos:

Reporte mensual de compras por proveedor

Resumen de venta diaria del mes

Comparativo diario de compra vs. Venta

Reporte mensual de operaciones

Bitácora

Enviar al gerente de operaciones en el cierre mensual.

Esta actividad, permite conocer el estado del manejo de la empresa, si esta siendo o no rentable.

- Atención al cliente

Es obligación de todo el personal que trabaje en la empresa supervisar y apoyar en la atención al cliente, asegurándose que se realice de la siguiente manera:

- Atender inmediatamente al cliente cuando llegue a la oficina.
- Sonreír, saludar al cliente dándole los buenos días, buenas tardes o buenas noches, según sea el caso y mostrar una sonrisa natural.
- Pedir información del cliente interesado (teléfono, empresa, ocupación, ingresos)
- Tener siempre a la mano los costos de los productos.

- Saber negociar la compra- venta.
- Estar siempre seguro de los productos y la calidad.
- Tener la disposición para tratar al cliente en donde el lo solicite.
- Saber cerrar el negocio.
- Si no hay la cantidad del producto, ofrecerle al cliente la alternativa de que espere un tiempo para la producción e importación del producto.

- Elaboración de facturas.- Elaborar facturas cuando el cliente lo solicite y enviarlas inmediatamente.

- Venta a domicilio.- Se debe supervisar estrictamente cuando los pedidos tienen que ser entregados en el lugar del comprador, siendo así local o nacional.

- Etiquetado y acomodo del producto.- Supervisar que los productos se etiqueten de acuerdo a los lineamientos establecidos (lotes)

Esta actividad es fundamental para el inventario.

- Control de inventario.- Es necesario mantener inventario sano, evitar posibles fugas por negligencia o robo o por error de captura, para ello se debe tener en cuenta los siguientes puntos:

- Verificar precio costo contra precio venta.
- Proporcionar listas a empleados, para dar inicio al conteo de mercancía.
- Realizar inventario general cada mes de los productos de la bodega con la participación de todo el personal.

Nota: los empleados que están en la oficina son responsables de la custodia y buen uso de los valores que la empresa tiene, por lo que será responsables de todos los faltantes que se originen durante el desempeño de sus funciones.

Esta actividad es fundamental, para el cuidado del inventario y evitar pérdidas o fugas.

- Traspaso de mercancía

- Mantener un control estricto, de los traspasos (salidas y entradas) de mercancía entre bodegas, almacén.
- Recibir el o los productos junto con la validación de salida de la empresa que los envió y archivarla.
- Entregar el o los productos al capturista. Para que este le de entrada al sistema y emita la validación correspondiente.
- Firmar y sellar la validación de entrada de autorización.

- Junta con empleados

Realizar reuniones con el personal, una vez a la semana para analizar los avances, problemas, dudas e inquietudes, que nos lleven a mejorar el buen funcionamiento de la empresa.

En esta actividad, se debe cuidar que exista suficiente comunicación con su personal, para el efectivo desempeño de los empleados y manejo de la empresa.

- Manejo, custodia y control de papelería.- Archivar formatos e impresiones de los movimientos que se realizan en la empresa:

- Traspasos de salidas y de entradas.

- Reportes de facturación de Ventas Mayoristas.
- Libreta de control de documentación foliada.
- Original de notas de crédito y facturas globales.
- Control diario del producto.

- Fondo fijo.- Utilizar, para realizar gastos propios del negocio y que cuenten con la autorización del personal responsable. Para recuperar este dinero se debe:

- Comprobar los gastos lo mas pronto posible, llenando el formato reembolso de gastos.
- Los comprobantes de gastos deben estar firmados por el gerente de la empresa, jefe de venta.

Esta actividad, se requiere manejar muy bien el efectivo, para la compra de los productos necesarios, así como la comprobación oportuna de gastos

- Cierre mensual de operaciones.- Realizar cada mes, el cierre de operaciones, llenando los formatos correspondientes, para enviarlos inmediatamente a las oficinas centrales.

- Seguridad e Higiene.- Requisitos de seguridad

Es indispensable que la oficina cuente con lo siguiente:

- Contar con entradas y salidas de uso diario y de emergencia
- Contar con los letreros necesarios
- Contar con Extintor

5.2.- Organización social

El proyecto Kanaan a Kuxtal será constituido como una persona moral, ya que la inversión para el inicio de operaciones es una cantidad elevada se está trabajando con socios que han invertido su capital en este proyecto.

Por lo cual como personas morales debemos cumplir con ciertos requisitos:

Persona Moral:

- Copia certificada y fotocopia del documento constitutivo debidamente protocolizado (Copia certificada para cotejo).
- Original y fotocopia del comprobante de domicilio fiscal (Original para cotejo).
 - En su caso, copia certificada y fotocopia del poder notarial con el que acredite la personalidad del representante legal, o carta poder firmada ante dos testigos y ratificadas las firmas ante las autoridades fiscales o ante notario o fedatario público (Copia certificada para cotejo).
 - En su caso, original y fotocopia de cualquier identificación oficial vigente con fotografía y firma expedida por el Gobierno Federal, Estatal o Municipal del representante legal, sin que sea necesariamente alguna de las señaladas en la fracción II del apartado de Definiciones de la Guía para contribuyentes (Original para cotejo).
- Contar con dirección de correo electrónico.

H. AYUNTAMIENTO:

- Solicitud de Licencias de Uso de Suelo, Edificación y Construcción ante el municipio correspondiente: Para obtener el certificado te piden copia de la

identificación oficial y copia de la última boleta predial. Tardan aproximadamente cinco días hábiles en entregarlo.

Es importante aclarar que el permiso se expide para el inmueble no para la persona; tiene vigencia de dos años, es decir que el interesado cuenta con dos años para concluir con el proceso para abrir su establecimiento.

Este trámite debe realizarse en la Dirección de Desarrollo Urbano dentro de la Unidad Administrativa Municipal, tiene un costo variable y los requisitos son:

- Formato de Solicitud de Licencia de Uso de Suelo (Se obtiene en las oficinas de la Dirección de Planeación y Desarrollo Urbano).
- Copia de las escrituras del Terreno.
- Plano o croquis de localización, que indique nombre de calles, orientación y elementos fijos de referencia.
- Certificado de no adeudo predial o recibos de pago último vigente.
- Pago de derechos de licencia uso de suelo municipal.

Aviso de Declaración de Apertura o licencia de funcionamiento (según el caso): La Declaración de Apertura no tiene vigencia. Mientras el establecimiento no cambie de giro no es necesario renovar este documento, sin embargo, cuando se va a cerrar se tiene que dar aviso de que se cierra o traspasa, este trámite debe realizarse dentro de la Dirección de Comercio ubicada también en la Unidad Administrativa Municipal y no tiene costo.

Los documentos necesarios son:

- Solicitud.
- Copia del alta de Hacienda.
- Factibilidad de uso de suelo y dictamen de ecología (algunos casos).

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL:

Inscripción del Registro Empresarial ante el IMSS: La inscripción debe hacerse dentro de un plazo no mayor de cinco días de iniciadas las actividades. Al patrón se le clasificará de acuerdo con el Reglamento de Clasificación de Empresas y denominación del Grado de Riesgo del Seguro del Trabajo, base para fijar las cuotas que deberá cubrir. La inscripción es gratuita y los documentos requeridos son:

- Alta de Hacienda.
- Copia del acta constitutiva.
- Entregar el formato AFIL-1 o AFIL-2.

SECRETARIA DE ECONOMIA:

Inscripción en el Sistema de Información Empresarial Mexicano SIEM ante la Secretaría de Economía, con lo cual tendrán la oportunidad de aumentar sus ventas, acceder a información de proveedores y clientes potenciales, obtener información sobre los programas de apoyo a empresas y conocer sobre las licitaciones y programas de compras del gobierno. Este trámite se puede realizar en las instalaciones de la Cámara Nacional de Comercio Servicios y Turismo, el único requisito es llenar la solicitud de inscripción.

5.3.- Normas y leyes

1.- Ley General de Sociedades Mercantiles:

Prácticamente es obligatorio que se conozca esta ley en caso de que se piense emprender un negocio o que ya tenga uno, puesto que regula las sociedades mercantiles ya sea anónimas o no.

Además, cobra importancia si se piensa asociarte con otras personas, con objetivos comerciales iguales o parecidos, ya que define los tipos de sociedades mercantiles que existen y la forma en que distribuyen sus utilidades entre los socios, además de los alcances de la responsabilidad frente a terceros.

2.- Códigos o leyes estatales y normas municipales sobre la apertura de establecimientos:

Es posible que cada estado o municipio tenga un código o una ley diferente que norme la apertura de negocios y la concesión de licencias para operar. En este tipo de situaciones tendrás que reunir una serie de requisitos y cumplir varios trámites para obtener el permiso respectivo.

Si se conoce y cumple con estos reglamentos podrás operar sin ningún problema, en caso contrario, tu negocio puede ser acreedor a multas o incluso al fin de operaciones.

3.- Ley del Impuesto al Valor Agregado:

Este impuesto tiene efectos sobre el consumidor final, pero también repercute en el emprendedor. Por un lado, en las facturas que emite, y por otro en los recibos que tiene que pagar.

El empresario deberá realizar un balance entre lo que retiene y lo que pagó para ver cuánto deberá pagar, así como cumplir con una serie de requisitos de forma.

4.- Ley de Propiedad Industrial: Esta ley se encarga de definir y proteger las marcas, símbolos o signos que sirven para diferenciar productos o servicios de una misma especie o clase en el mercado.

Esta norma se aplica tratándose de personas físicas o morales dedicadas a la fabricación y venta de productos, o que prestan determinados servicios, y que diseñaron imágenes que las distinguen de su competencia en diferentes niveles.

5.- Ley Federal de Protección de Datos: Todas las empresas manejan datos personales de trabajadores, clientes y proveedores, por lo que están obligadas a cumplir con los requisitos de esta ley. Es importante que conozcas este reglamento, puesto que las multas en caso de incumplimiento a algunas de sus disposiciones alcanzan los 19 millones de pesos.

6.- Ley Federal del Trabajo: Si para que tu empresa preste su servicio o elabore su producto requiere contratar a otras personas como subordinadas, debes observar las normas que regulan las relaciones laborales. Recientemente fue reformada esta ley, por lo que te recomendamos revises de nueva cuenta los artículos.

7.- Leyes del Seguro Social e Infonavit: Desde el momento en que tu empresa inicia una relación laboral con una persona surgen obligaciones patronales como el pago de las cuotas de seguridad social y las aportaciones para la vivienda. La periodicidad del pago, los conceptos por los que éste procede, así como las excepciones, y en su caso las sanciones que implican el incumplimiento de su pago, se encuentran reguladas en estas leyes.

Recuerda que si tienes conocimiento de este tipo de ordenamientos tendrás una ventaja competitiva frente a otros empresarios, puesto que podrás tener los beneficios que las leyes te ofrecen, y de paso evitarás riesgos que impidan que tu compañía crezca de manera satisfactoria.

8.- Ley de Hacienda del Estado de Quintana Roo: En esta Ley se establece entre otras cosas, la aplicación del Impuesto sobre Nómina.

El Impuesto Sobre Nóminas o ISN es un impuesto estatal que grava la realización de pagos de dinero por concepto de remuneraciones al trabajo personal en relación de dependencia.

Los sueldos y salarios; dinero pagado por tiempo extraordinario, bonos, primas de antigüedad, comisiones, ayudas, son considerados remuneración para este impuesto. Este impuesto alcanza y obliga a las personas físicas o morales que en su carácter de patrones, realicen pagos por remuneración a sus trabajadores.

NORMA OFICIAL MEXICANA: NOM-016-SSA1-1993, QUE ESTABLECE LAS ESPECIFICACIONES SANITARIAS DE LOS CONDONES DE HULE LATEX.

Esta Norma Oficial Mexicana debe observarse en todas las industrias, laboratorios y establecimientos dedicados al proceso de este producto en el territorio nacional.

2. REFERENCIAS.

NOM BB-6 Toxicidad, pirogenicidad y reacciones tisulares.

NOM BB-42 Toxicidad, pirogenicidad y reacciones tisulares.

NOM BB-10 Determinación de las dimensiones y la masa.

NOM-002-SCFI-1993 Productos envasados, contenido neto, tolerancias y métodos de verificación.

NOM-008-SCFI-1993 Sistema General de Unidades de Medida, Sistema Internacional de Unidades (SI).

NOM Z-12/1 y NOM Z-12/2 Muestreo para la inspección por atributos.

NOM Z-55 Metrología, vocabulario de términos fundamentales y generales.

3. DISEÑO.

El extremo abierto del condón deberá terminar en un ribete integrado. Los condones de látex pueden tener los diseños siguientes: Lisos, texturizados, de lados paralelos, de lados no paralelos, planos al terminar, terminar en una tetilla, secos, lubricados, transparentes, translúcidos, opacos, coloreados, forma anatómica, sin que esta lista sea exhaustiva.

4. DEFINICIONES, SIMBOLOS Y ABREVIATURAS.

4.1 Definiciones.

4.1.1 Proceso:

Se entiende por proceso el conjunto de actividades relativas a la obtención, elaboración, fabricación, preparación, conservación, mezclado, acondicionamiento, envasado, manipulación, transporte, distribución, importación y exportación, almacenamiento, expendio o suministro al público, de los dispositivos médicos.

4.1.2 Lote: Número de condones del mismo diseño, tamaño, color, forma, formulación de látex, fabricados al mismo tiempo, utilizando el mismo proceso y materias primas. Los lotes normalmente varían de 50 000 a 500 000 condones. Los más usuales son de 150 000.

4.2 Símbolos y abreviaturas:

(ASTM) American Standard Testing Materials.

(ISO) International Standards Organization.

(MPA) Mega Pascales.

(NOM) Norma Oficial Mexicana.

(SI) Sistema Internacional de Unidades de Medida.

(mm) milímetro.

(N) Newton.

(dm³) decímetro cúbico.

5. ESPECIFICACIONES.

5.1. Para los efectos de esta Norma, se entiende por condón o preservativo al artículo fabricado en hule látex de forma tubular, cerrado por un extremo y abierto en el extremo opuesto, el cual termina en un borde o ribete integral.

5.2 El preservativo o condón puede ser transparente, opaco o pigmentado. En su parte abierta debe terminar en un borde o ribete, sin sobrantes.

En el extremo cerrado puede presentar una tetilla. La superficie debe ser uniforme sin presentar: decoloraciones (en el caso de ser pigmentado), rasgaduras, orificios visibles, manchas, escurrimiento del material, roturas, partes débiles, borde distorsionado, partículas de materia extraña incrustadas en la película, suciedad de un aceite natural, protuberancias o excedentes de material, burbujas o ampollas, pliegues permanentes con adhesión de la película, adherencia de las paredes al ribete, que no permita un desenrollado uniforme y rápido, lesiones resultantes de abrasión u otra superficie dañada y decoloraciones.

Puede presentar una capa fina de lubricante, en el cual no deben ser usados los aceites o bases grasosas de petróleo. Debe emplearse una base soluble en agua o algún otro lubricante que no afecte el hule látex a través del tiempo.

El preservativo al ser usado bajo condiciones normales, no debe liberar sustancias de efectos tóxicos o perjudiciales para el usuario.

5.3 Dimensiones.- La longitud no debe ser menor de 160 mm y el ancho, el establecido por el fabricante con una tolerancia de más o menos 2 mm. (El ancho nominal debe caer en el rango de 44 a 56 mm). El espesor a pared simple debe caer en el rango de 0.03 a 0.09 mm.

5.4. Especificaciones físicas y químicas del producto.

5.4.1 Orificios no visibles. No debe haber agujeros en las paredes del condón.

5.4.2 Solidez del color. No deben presentar signos de decoloración.

5.4.3 Volumen y presión de estallamiento.

5.4.3.1 En los condones normales la presión de estallamiento deberá ser igual o mayor de 0.9 kPa y el volumen de estallamiento deberá ser igual o mayor de lo indicado en la Tabla 10.

Tabla num.10
VOLUMEN DE ESTALLAMIENTO

ANCHO NORMAL	VOLUMEN DE ESTALLAMIENTO
W	MINIMO
mm	dm ³
47	12.5
49	13.5
50	14.0
52	15.0
53	15.5
54	16.0

5.4.3.2 Condonos tratados (envejecimiento acelerado). Debe ser lo especificado en 5.4.3.1.

Nota: Derivación de la fórmula del volumen de inflado:

w = ancho interior del condón

r = radio del condón

l = longitud inicial del condón

5.4.3.3 En los condones sometidos a la prueba de envejecimiento acelerado (inciso 9.2.7.2), deberán conservar sus especificaciones en cuanto a la presión y volumen de estallamiento marcados en 5.3.3.1.

Asumiendo que todos los condones son de forma cilíndrica y que la dimensión l es la misma para todos los anchos del condón, el volumen de aire (v) en el condón es proporcional a 21.

$$W = 2p r/2$$

$$r = w/p$$

$$\text{ASI: } V = K (w)^2$$

Basando el cálculo en el volumen mínimo de estallamiento de 15 dm³ para el ancho de un condón de 52 mm, tendremos $K=15/(52 \times 52) = 0.00555$. Insertando el valor de $K = 0.00555$ en la fórmula $V = K (w)^2$, obtendremos el volumen de estallamiento para los otros anchos de los condones $V = 0.00555 (w)^2$, redondear con aproximación de 0.5 dm³. Esto es una aproximación simple y práctica.

5.4.3.4 Propiedad de estiramiento.

5.4.3.4 Condones no tratados. Las especificaciones de estiramiento deben dar valores no menores de los de la Tabla 2, excepto los condones completamente texturizados para los cuales no se han especificado los requerimientos de fuerza de estiramiento.

Tabla núm. 11

PROPIEDADES DE ESTIRAMIENTO

PROPIEDAD	CONDONES		OTROS
	TOTALMENTE TEXTURIZADOS		CONDONES
Fuerza rompimiento	al	30N	30N
Fuerza tensil		No requiere	17MPa
Elongación romperse	hasta	650%	650%

5.3.5 Determinación del envejecimiento acelerado. Cuando los condones se traten en horno a 70°C ± 2°C por 48 ± 1 h., las propiedades de estiramiento deben ser las mismas que en 5.3.4.1.

6. MUESTREO.

6.1 Para efectuar el muestreo, se recomienda la Norma Oficial Mexicana NOM-Z-12/1 y NOM-002-SCFI-1993.

7. ETIQUETADO.

7.1 Lo especificado en el artículo 210 de la Ley General de Salud.

7.2 Las unidades de medida que se empleen, deben ser las señaladas en la NOM-008-SCFI-1993.

7.3 Leyenda que debe estar impresa en el empaque unitario del condón, en sitio prominente: "si se usan apropiadamente los condones de látex, pueden ayudar a reducir el riesgo de contagio por VIH (SIDA) y otras enfermedades transmitidas sexualmente" y en las instrucciones de uso deberá imprimirse la leyenda completa: "si se usan apropiadamente los condones de hule látex pueden ayudar a reducir el riesgo de la transmisión de infección por VIH (SIDA) y otras enfermedades transmitidas sexualmente como: clamidiasis, herpes genital, verrugas genitales, gonorrea, hepatitis B y sífilis". Las leyendas señaladas deben aparecer prominentemente expuestas de modo tal, que puedan ser claramente entendibles por el consumidor y no se vean enmarcadas por otra información.

8. EMPAQUE.

8.1 Debe proteger al producto para que resista las condiciones de manejo, transporte, estiba y almacenamiento en los diferentes climas del país. Caja de cartón o material similar de forma adecuada para contener los productos, con resistencia mínima de 11 kg/cm³ (1.07 MPa).

8.2 Marcado del embalaje (colectivo). Debe cumplir con las especificaciones de la Norma NOM-EE-59.

9. METODOS DE PRUEBA.

9.1 Condiciones de las pruebas. Los aparatos empleados deben estar debidamente calibrados. El agua empleada debe ser destilada a menos que se indique otra pureza. El material de vidrio debe ser de borosilicato de bajo coeficiente de expansión térmica. Los reactivos utilizados en la preparación de las soluciones, deben ser grado reactivo analítico a menos que se indique otro grado. Utilizar un mínimo de 12 empaques primarios para cada determinación, con excepción de los métodos de prueba donde se indique el número de piezas a probar.

9.2 Pruebas de laboratorio.

9.2.1 Defectos visibles.

9.2.1.1 Procedimiento: A los especímenes muestreados, sacarlos de su empaque primario y proceder a inspeccionarlos sin estiramiento significativo. Los especímenes deben ser examinados por visión normal bajo buenas condiciones de iluminación, para detectar cualquiera de los defectos que a continuación se enlistan y que puedan provocar fallas de uso.

9.2.1.2 Lista de defectos visibles.

- Orificios.
- Rasgaduras.
- Roturas.
- Esgurrimiento del material.
- Partes débiles.
- Borde distorsionado.
- Partículas de materia extraña incrustadas en la película.
- Suciedad de un aceite natural.
- Protuberancias o excedentes de material.
- Burbujas o ampollas.
- Pliegues permanentes con adhesión de la película.
- Adherencia de las paredes al ribete, que no permita un desenrollado uniforme y rápido.
- Lesiones resultantes de abrasión u otra superficie dañada.
- Decoloraciones.

9.2.2 Orificios no visibles.

9.2.2.1 Principio: Llenar el condón con un volumen específico de agua, colgarlo y examinar las paredes del condón para observar si no hay fugas de agua.

9.2.2.2 Equipo: Adecuado para montar el condón por su extremo abierto, permitiéndole suspenderse libremente. Como ejemplo, observar la figura 1.

9.2.2.3 Procedimiento: Desenrollar el condón y fijarlo por su extremo abierto. Llenar con 300 cm³ de agua a temperatura ambiente e inspeccionar después de un minuto para buscar fugas en una distancia de 125 mm a partir del extremo cerrado. Si por la distensión del condón, el agua no llega a esa altura, descanse el extremo cerrado del condón en una plataforma hasta que el agua alcance esa distancia. Después de 1 minuto, inspeccione nuevamente la pared del condón.

9.2.2.4 Reporte: El reporte deberá incluir:

- a) Identificación de la muestra.
- b) Asentar que no hay evidencia de fuga dentro de los límites especificados.
- c) Fecha de la prueba.

9.2.3 Longitud del condón.

9.2.3.1 Principio: Colocar el condón desenrollado sobre un mandril y leer su longitud. Excluir la tetilla.

9.2.3.2 Equipo: Mandril con escala dividida en milímetros con las dimensiones de la figura 2.

9.2.3.3. Procedimiento: Desenrollar el condón. Estirarlo dos veces sobre una superficie lisa para quitar las arrugas formadas al enrollar el condón. Colocar el condón sobre el mandril y dejarlo estirar

por su propio peso. Anotar la menor lectura de la longitud del condón que puede leerse en la escala hasta el extremo abierto del condón.

9.2.3.4. Reporte: Debe reportarse

- a) La identificación de la muestra.
- b) La longitud medida (tomar la media y repetibilidad).
- c) La fecha de la prueba.

9.2.4 Determinación del ancho del condón.

9.2.4.1 Principio: Manejar libremente el condón desenrollado, poniendo un extremo en una regla y medir el ancho.

9.2.4.2 Equipo: Una regla metálica dividida en milímetros.

9.2.4.3 Procedimiento: Desenrollar el condón y colocar un extremo sobre la regla, permitiéndole extenderse libremente. Medir en milímetro el ancho del condón.

9.2.4.4 Reporte: Incluir

- a) Identificación de la muestra.
- b) Ancho (tomar la media y repetibilidad).
- c) Fecha de la prueba.

9.2.5 Determinación del espesor.

9.2.5.1 Principio: Determinar con un micrómetro el espesor de la pared del condón.

9.2.5.2 Equipo: Micrómetro con graduación de no más de 0.01 mm para esta determinación.

9.2.5.3 Procedimiento: Desenrollar el condón y determinar el espesor a una distancia mínima de 80 mm del borde o ribete.

9.2.5.4 Reporte: Incluir:

- a) Identificación.
- b) Espesor (tomar la media y repetibilidad).
- c) Fecha de la prueba.

9.2.6 Solidez del color.

9.2.6.1 Principio: Humedecer perfectamente el condón con agua destilada y secarlo con papel absorbente blanco. Después del tiempo especificado, examinar el papel para investigar indicios de colorante.

9.2.6.2 Equipo: Papel blanco absorbente. Contenedor para prevenir pérdida de humedad durante el tiempo indicado.

9.2.6.3 Procedimiento: Humedecer el condón por dentro y fuera con agua destilada. Envolver el condón húmedo en el papel absorbente blanco, cuidando que la mayor área de superficie del condón esté en contacto con el papel. Colocar en el contenedor y sellar. Déjese a temperatura ambiente 16 a 24 h. Después de remover el papel absorbente del contenedor, examínese visualmente con luz del día y búsquese cualquier indicio de decoloración (manchas en el papel).

9.2.6.4 Reporte:

- a) Identificación de la muestra.
- b) Presencia de manchas en el papel absorbente.
- c) Fecha de la prueba.

9.2.7 Resistencia a la tensión y elongación. Realizar estas pruebas en 10 piezas (para cada caso).

9.2.7.1 Acondicionamiento. Acondicionar todos los especímenes por lo menos 3 horas a la temperatura de $23^{\circ}\text{C} \pm 2^{\circ}\text{C}$.

9.2.7.2 Envejecimiento Acelerado. De las piezas seleccionadas, separar aquéllas que cuya fecha de fabricación esté dentro de los 12 meses y exponer 10 piezas en su empaque original a $70^{\circ}\text{C} \pm 2^{\circ}\text{C}$ durante 48 ± 1 h, después del calentamiento guardar los empaques a $23^{\circ}\text{C} \pm 5^{\circ}\text{C}$ por lo menos 12

horas y no más de 96 h. Las piezas seleccionadas cuya fecha de fabricación sea mayor de 12 meses, no deben ser sometidas a envejecimiento.

9.2.7.3 Preparación del espécimen. Sacar los especímenes tanto originales como envejecidos de su empaque original y cortarlos en forma de anillo, perpendiculares a la dirección de la longitud del preservativo con un troquel, el cual tiene sus bordes de corte a 20 ± 0.1 mm de separación y por lo menos 70 mm de longitud. Cortar los especímenes a una distancia de 80 mm del borde o ribete.

Para preservativos texturizados, cortar el espécimen de la región no texturizada. Usar únicamente especímenes cortados de un solo impacto del troquel.

Limpiar la pieza de prueba cuidadosamente con una cantidad de alcohol isopropílico o agua suficiente, para remover el material extraño que pueda tener y permitir secar a temperatura ambiente por lo menos 16 horas.

9.2.7.4 Dimensiones del espécimen. Medir el espesor a pared simple a cuatro puntos equidistantes, alrededor del anillo con una exactitud de 0.001 mm Determinar la media para el espesor.

Colocar el espécimen en una superficie plana y medir la distancia entre los dos bordes doblados con una exactitud de 0.5 mm Multiplicar la medida por dos, para obtener el perímetro del espécimen en forma de anillo.

9.2.7.5 Equipo para medir tensión. Usar un equipo para medir tensión con un rango de 0 a 100 N y una velocidad de 500 ± 50 mm/min. Usar rodillo con una longitud mínima de 20 mm y con un diámetro de 15 ± 1 mm, uno de los cuales estará libre para girar sobre un soporte de baja fricción a una frecuencia de 7 vueltas por minuto.

9.2.7.5.1 Procedimiento: Polvorear el espécimen de prueba con talco de tamaño de partícula no mayor de 0.1 μ m. Colocar el espécimen sobre los rodillos y estirar hasta el rompimiento. Registrar la carga al rompimiento y la distancia de separación final entre los centros de los rodillos.

9.2.7.5.2 Cálculos: Calcular la fuerza de tensión por medio de la siguiente fórmula :

$$T = F$$

$$2 Wt$$

Donde :

T = Fuerza de tensión, MPa

F = Fuerza de rompimiento, N

W = Ancho del anillo, mm

t = Espesor de una pared simple, mm

9.2.7.5.3 Calcular la elongación al rompimiento %, por medio de la siguiente fórmula :

$$E = K + 2 (D) - p \times 100$$

p

Donde:

E = Elongación al rompimiento %

D = Distancia entre los centros de los rodillos al rompimiento, mm

K = Longitud del espécimen, mm

p = Perímetro del espécimen, mm

9.2.7.5.4 Interpretación: El promedio de las determinaciones debe cumplir con el valor establecido para resistencia a la tensión y elongación.

9.2.7.6 Determinación del volumen y presión de estallamiento.

9.2.7.6.1 Principio: Inflar los condones a una longitud constante con aire y registrar el volumen y presión en el momento del estallamiento.

9.2.7.6.2 Aparato: Adecuado para inflar el condón con aire limpio a la velocidad especificada y provisto con un equipo para medir volumen y presión.

9.2.7.6.3 Montura adecuada para fijar el condón en el aparato como se muestra en la Figura 3.

9.2.7.6.4 Varilla de 140 mm de longitud, con una esfera lisa de 20 mm en diámetro en la base para manejar el condón desenrollado cuando se fija en el aparato.

9.2.7.6.5 Procedimiento: Desenrollar el condón, montar en la varilla e inflar con aire a una velocidad de 0.4 a 0.5 dm³/s (24 a 30 dm³/min).

9.2.7.6.6 Mídase y anótese el volumen de estallamiento en decímetros redondeando a 0.5 dm³ y la presión de estallamiento en kilopascales redondeando a 0.1 de kPa.

9.2.7.6.7 Reporte:

a) Identificación de la muestra.

b) Volumen y presión de estallamiento de cada condón probado.

c) La fecha de la prueba.

10. BIBLIOGRAFIA.

ISO 4074-1 Rubber Condoms Part 1 "Requirements Condoms in consumer packages" (1990).

ISO 4074-2 Rubber Condoms Part 2 "Determination of Length" (1980).

ISO 4074-3 Rubber Condoms Part 3 "Determination of Width" (1980).

ISO 4074-4 Rubber Condoms Part 4 "Determination of colour tastness" (1980).

ISO 4074-5 Rubber Condoms Part 5 "Testing for holes" (1984).

ISO 4074-6 Rubber Condoms Part 6 "Determination of bursting, volume and pressure" (1984).

ISO 4074-7 Rubber Condoms Part 7 "Determination of resistance to deterioration during storage" (1986).

ISO 4074-9 Rubber Condoms Part 9 "Determination of tensile properties" (1984).

ISO 4074-10 Rubber Condoms Part 10 "Packaging and labelling" (1980).

ISO 4074-12 Requirements Condoms "Storage" (1980).

ASTM D 3492-83 Condoms Standard Specification for Rubber Contraceptives.

LEY GENERAL DE SALUD 1984 SSA

Norma 060-Material de Curación Preservativos de Hule Látex.

Instituto Mexicano del Seguro Social.

Norma Técnica No. 327. Para la identidad y especificidad de los condones (actualizada), publicada en el Diario Oficial de la Federación el 18 de enero de 1989.

11 OBSERVANCIA DE ESTA NORMA.

La vigilancia del cumplimiento de la presente Norma, corresponde a la Secretaría de Salud, cuyo personal realizará los trabajos de verificación y vigilancia que sean necesarios.

12. VIGENCIA.

La presente Norma entrará en vigor con su carácter de obligatorio a partir del día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Sufragio Efectivo. No Reelección.

México, D.F., a 21 de junio de 1994.- El Director General de Control de Insumos para la Salud,

Augusto Bondani Guasti.- Rúbrica.

ANEXOS

Capítulo VI

6.0.- PROYECTO DE MARKETING SOCIAL

“SEXO SEGURO”

En la actualidad, nos encontramos enfrentando un fenómeno muy complejo que se ha convertido en una verdadera pandemia. Este problema no solamente está afectando la salud de la población, sino también se ve afectado el ámbito social, económico, individual y familiar.

Enfrentar el VIH-SIDA, EMBARAZOS PREMATUROS Y MUERTES no nos ha resultado una tarea fácil, muchas veces las recetas teóricas quedan pequeñas ante la complejidad de la vida de los seres humanos con sus pasiones, amores y desamores.

No hay un ABC que se ajuste a la riqueza y complejidad de las relaciones humanas, los retos en la prevención de estas enfermedades son grandes y requieren de mucha apertura y respeto pero también de creatividad, vitalidad, aceptación, cambios en nuestra manera de pensar y actuar.

Al instalar los dispensadores de condones con fácil acceso para los JÓVENES, se contribuye a la salud pública, se entrega una mayor discreción y se concientiza sobre su uso adecuado.

Esta es una propuesta de poder encaminar actividades Preventivas enfocadas a conseguir este gran objetivo, como hemos dicho no es fácil esta tarea y peor en nuestro medio donde aún existen muchos prejuicios, miedos y tabúes relacionados con un derecho fundamental del ser humanos como lo es vivir una salud sexual satisfactoria, es decir: tener “SEXO SEGURO” y sin ningún tipo de problema de salud.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Promocionar el USO ADECUADO DEL PRESERVATIVO
- Promocionar el Proyecto “SEXO SEGURO” de prevención de enfermedades y prácticas de Sexualidad Seguras.
- Concientizar a los jóvenes sobre lo que significa “Una vida sexual activa”

INDICES DE ENFERMEDADES EN CHETUMAL

A. En Chetumal el 28 y 32 por ciento de los embarazos son en adolescentes, es decir, cuentan entre 12 y 19 años de edad y en ese rango de edad, el parto prematuro es de los más elevados.

B. Se realizan 300 partos al mes en la ciudad y el 20 % son de menores de edad con un riesgo del 80% de muerte.

C. Este año el 15 % de mamás que festejaron el 10 de mayo fueron jóvenes entre los 15 y 18 con esto vemos que más niñas se suman a la responsabilidad de cuidar un bebe siendo ellas unas bebes.

6.1.- Aporte y valor social del diseño

El diseño de un dispensador de preservativo se desarrolla bajo la necesidad de implementar un sistema que facilite la adquisición de estos en mayor número de lugares aparte de las farmacias, supermercados y tiendas de la ciudad y adicionalmente con un costo mínimo como alternativa para incentivar el uso del preservativo y de esta forma apoyar campañas de sanidad desarrolladas por entidades públicas y privadas que pretendan promover una cultura ciudadana responsable.

6.2.- Análisis económico

Los costos asociados al ensamblaje y manufactura del dispensador es de:

Tabla num. 12

Pieza	Material	Cantidad	Costo	Manufactura
Carcasa	Lamina acero cold rolled C18	1	\$ 27000	Corte con cizalla manual, doblado en dobladora convencional.
Puerta carcasa	Acrílico	1	\$ 40000	Termo Doblado
Chazos	Plástico	6	\$ 400	Pieza Estandarizada
Chapa de seguridad		1	\$ 2500	Pieza Estandarizada
Contenedor de preservativos	Lamina acero inoxidable	1	\$ 35000	Doblado en dobladora convencional.
Tornillos	Acero (1 ½ No 10)	6	\$ 400	Pieza Estandarizada
Mecanismo de dispensación	Acrílico (eje y palanca)	1	\$7000	Termo Doblado
Perilla	Acrílico	1	\$9000	Termo Doblado

El costo total de fabricación es de \$15, 4000

PROPUESTAS DE UNIVERSIDADES

- UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO (UQROO)
- UNIVERSIDAD INTERAMERICANA PARA EL DESARROLLO (UNID)
- INSTITUTO TECNOLOGICO DE CHETUMAL (ITCH)
- Centro de Estudios Universitarios Vizcaya de las Américas (UVA)
- Universidad Modelo
- INIVERSIDAD TECNOLOGICA DE CHETUMAL (UT)

PREPARATORIAS

- BACHILLERES UNO
- BACHILLERES DOS
- C.B.T.I.S 214
- C.B.T.I.S 253
- CONALEP
- PRIMITIVO ALONSO
- CUMBRES
- PREPARATORIA MODELO
- LAMAT

BARES Y RESTAURANTES

TITOS

- CHILES
- LA BOTANA
- LA CURVA
- RA
- LA CHOPERIA
- CARPEDIEM
- EL MUELLECITO
- EL COYOTE
- COTORREANDO
- AKI COMO "SUSHI"
- COCKTAIL
- SPLASH
- MONKYS
- ARRACHERAS DON JOSE
- BACUS
- URBAN
- CAPITAL
- EMPORIO
- WINNERS
- NOOR

TABLE DANCE

- ARECIFES
- NICTEJA
- LA GRAN CIUDAD

MANHATAN

- SHAMPOO
- MANANTIAL
- LA TRAVIESA
- BAR CORONA
- LEOS
- LA ESCONDIDA
- LA SIRENITA
- EL BOTANERO
- MANANTIAL
- LA TRAVIESA
- BAR CORONA
- LEOS

Dispensadores

Figura núm. 13

Figura núm. 12



Figura num.

14



Maquina seleccionada.

PROTOCOL

The image shows a screenshot of the Protocol vending machine website. The page has a wood-grain background. At the top left, the word "Models" is written in blue. At the top right is the Protocol logo with the tagline "When Life just can't wait". In the center is a photograph of a Protocol PV4D vending machine with four dispensers. To the right of the machine are several buttons for different models: PV3D, PV4D, PV5D, Interior PV4D, Game Canister, Weight Scales, Stickers, Stamp, and Gumball. Below these buttons is a short paragraph of text: "Durability combined with productivity - inside and out! Appealing dispensers provide an important service to the public and creates additional profit opportunities for you. Quality, versatility & marketability PV4D 4-column unit 37½" h x 24" w x 5¼" d". At the bottom of the page are five navigation buttons: Benefits, Machines, Programs, Products, and Log In. At the very bottom, there is contact information: "2110 Cheshire Way, Ste. A • Greensboro NC 27405 • 800.227.5336 • 336.553.0755 • Fax 336.553.0756 Email: Protocol Vending" and a "Contact Us" button.

Figura núm. 15

6.3.- Tramites de importación y certificados

Elaborado por: José Gilberto Argaez Gasca

Palermo No. 391, Colonia 20 de Noviembre, Othon P. Blanco, Chetumal, C.P. 77038, Quintana Roo, México.

Indicaciones de uso: Condones auxiliares en la prevención del embarazo y la planificación familiar, además ayuda a reducir el riesgo de contagio por VIH (SIDA) y otras infecciones transmitidas sexualmente (ITS).

Descripción: Condones lubricados de hule látex natural, con aroma a fresa o a plátano.

Presentaciones: Caja con tres condones envasados en papel con 3 capas de aluminio y PET.

Caducidad: Se otorga plazo de caducidad de 12 meses, tentativo a presentar los resultados correspondientes del estudio de estabilidad en tiempo real.

Publicidad dirigida a: Población en general.

Fecha de emisión: 11 de abril de 2012.

Fecha de vencimiento: 11 de abril de 2017.

SUFRAGIO EFECTIVO NO REELECCIÓN
SUBDIRECTORA EJECUTIVA DE SERVICIOS DE SALUD
Y DISPOSITIVOS MÉDICOS

DULCE MARÍA MARTÍNEZ HERNÁNDEZ

OBSERVACIONES AL REGISTRO:

1. El presente Registro Sanitario es un documento auténtico expedido por el gobierno mexicano. Es un requisito indispensable pero no suficiente para la comercialización del producto autorizado, por lo que se expide sin interferir con disposiciones de otras dependencias.
2. La presente autorización será revocada ante cualquier alteración a las condiciones y términos en la que fue otorgada, sin perjuicio de las sanciones que en su caso correspondan.
3. La importación, exportación, acondicionamiento, venta o suministro al público del producto autorizado deberá estar de acuerdo a las condiciones en las que se ha aprobado, por lo que el solicitante deberá especificar cada proceso, señalando el lugar en el cual se lleven a cabo (Razón Social y domicilio).
4. Las presentaciones para el Sector Salud deberán sujetarse a las disposiciones emitidas por el Consejo de Salubridad General por lo que su autorización no es competencia de esta Comisión.
5. La información contenida en las etiquetas o contraetiquetas se deberá sujetar a lo establecido en la Ley General de Salud, en el Reglamento de Insumos para la Salud y las Normas Oficiales Mexicanas, deberá estar en idioma español y corresponder a lo autorizado en el presente documento.
6. El contenido de los manuales e instructivos de uso presentados ante esta Comisión, son responsabilidad del fabricante y del titular del Registro, debiendo cumplir con las disposiciones y reglamentación vigente.

J. M. CHOCHO

SECRETARÍA DE SALUD DE LA FEDERACIÓN DE PRODUCTOS Y ESTABLECIMIENTOS DIRECCIÓN EJECUTIVA DE AUTORIZACIÓN DE PRODUCTOS Y ESTABLECIMIENTOS

COF 106620

PEDIMENTO		REF:	RSL-1330		Página 1 de 2	
SUM. PEDIMENTO: 14 05 3950 4000430		T. OPER IMP	CVE. PEDIMENTO: A1	REGIMEN: IMD	CERTIFICACIONES	
DESTINO/ORIGEN: 9	TIPO CAMBIO: 13.30660	PESO BRUTO: 4312 250	ADUANA E/S: 051	***PAGO ELECTRONICO***		
MEDIOS DE TRANSPORTE		VALOR DOLARES: 45,087.50	HSBC MEXICO, S.A.			
ENTRADA/SALIDA: 7	ARRIBO: 7	SALIDA: 7	PRECIO PAGADO/VALOR COMERCIAL: 581,232	3950 4000430		
DATOS DEL IMPORTADOR / EXPORTADOR RFC: AAGG830723RR5 NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL: JOSE GILBERTO ARGAEZ GASCA CURP: DOMICILIO: CALLE PALERMO No. Ext. 391 COLONIA 20 DE NOVIEMBRE, OTHON P BLANCO C.P. 77038 QUINTANA ROO MEXICO (ESTADOS UNIDOS MEXICANOS)						
VAL. SEGUROS 2099	SEGUROS 2096	FLETES 16633	EMBALAJES 0	OTROS INCREMENTABLES 0		
ACUSE ELECTRONICO DE VALIDACION: 1H4CX8KZ			CLAVE DE LA SECCION ADUANERA DE DESPACHO: 051			
SUBTENIENTE LOPEZ II "CHACTEMAL", OTHON P. BLANCO, CHETUMAL, QUINTANA ROO						
MARCAS, NUMEROS Y TOTAL DE BULTOS: SIM S/N 208 CAJAS						
FECHAS		TASAS A NIVEL PEDIMENTO				
ENTRADA	03/03/2014	CONTRIB. 1 DTA	CVE. T. TASA 7	TASA 8.000		
PAGO	03/03/2014	15 PRV	2	190.000		
		21 CNT	2	20.000		
CUADRO DE LIQUIDACION						
CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	TOTALES
DTA	0	4800	PRV	0	190	EFFECTIVO 136,603
CNT	0	54	IVA	0	101561	OTROS 0
IGIME	0	29998				TOTAL 136,603
DATOS DEL PROVEEDOR O COMPRADOR						
ID. FISCAL 0	NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL: CUPID LIMITED		DOMICILIO: M.I.D.C. MALEGAON SINNAR No. Ext. A68 NASIK MAHARASTRA STATE, INDIA C. P. 422113 INDIA (REPUBLICA DE)			VINCULACION NO
232	NUM. FACTURA	FECHA	INCOTERM	MONEDA FACT	VAL. MON. FACT	FACTOR MON.
COVE140FIB984		09/11/2013	DAP	USD	45,087.50	1.00000000
TRANSPORTE		IDENTIFICACION: OSCAR LAGOS	722AE6			VAL. DOLARES 45,087.50
TRANSPORTISTA:		PAIS: MEX				
CURP:		DOMICILIO/CIUDAD/ESTADO:				RFC:
NUMERO / TIPO		4009191		2		
CLAVE/COMPL. IDENTIFICADOR		COMPLEMENTO 1		COMPLEMENTO 2		COMPLEMENTO 3
ED		04361401900T4		secredesalud.pdf		
ED		0436140190V81		S1 CONDONESS.pdf		
ED		01821402088Y5		cartaregla preservati.pdf		
OBSERVACIONES						
DE CONFORMIDAD CON EL ARTICULO 36 FRACCION I INCISO A DE LA LEY ADUANERA SE ANEXA FACTURA COMERCIAL, PERMISO SANITARIO DE IMPORTACION NO. 133300114A5624. DE CONFORMIDAD CON EL ARTICULO 36 DE LA LEY ADUANERA Y 55 DE SU REGLAMENTO, SE SUBDIVIDE LA FACTURA COMERCIAL SIENDO ESTA LA PRIMERA OPERACION QUE SE EFECTUA. ESTA MERCANCIA ESTA REGULADA POR PARTE DE LA SECRETARIA DE SALUD Y REQUIERE LA PRESENTACION DEL PERMISO POR PARTE DE COFEPRIS, SE PRESENTA EL PERMISO ORIGINAL EN EL PRESENTE PEDIMENTO.						

AGENTE ADUANAL, APODERADO ADUANAL O DE ALMACEN NOMBRE O RAZ. SOC.: ALFONSO BELLO JUAREZ ABULOGISTICA ADUANAL INTERNACIONAL SC RFC: BEJA6309182B8 RFC: ALA080516V47 CURP: BEJA630918HVZLRL00		DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, EN LOS TERMINOS DE LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 81 DE LA LEY ADUANERA: PATENTE O AUTORIZACION: 3950
NUMERO DE SERIE DEL CERTIFICADO: 0000100000300293701		
FIRMA ELECTRONICA AVANZADA <small>Vy93c9gR8x8d1ZunY3wa/g8APp9p3uFv29Wb7Yxv69bJ7jx7rvoCAD6g6px1Ynfl83t8DocwdyVED11t78Wb0Vu0Lp5VcA3Dh1LnaJg+QELY06Wxk1u3UzuevQ8Rmp0L5xDRRdV7</small> <small>El pago de las contribuciones puede realizarse mediante el servicio de "Pago Electronico Centralizado Aduanero" (PECA), conforme a lo establecido en la Hoja 1.8.2., con la posibilidad de que la cuenta bancaria de la persona que certifica los servicios sea diferente a la indicada por el Banco. El agente o apoderado aduanal que utilice el servicio de PECA, deberá legar la certificación bancaria en el campo correspondiente del pedimento o en el documento oficial, conforme al Apéndice 30 "Certificación de Pago Electrónico Centralizado" del Anexo 22 del Reglamento Aduanero, podrá solicitar la certificación de la información transmitida al SAH por el agente o apoderado aduanal en el momento de la elaboración del pedimento en el sitio de Internet: Comercio Exterior, Administración Central de Investigación Aduanera, Administración Central de Investigación Aduanera, P.O. Box 7000, México, D.F.</small>		

6.4.- CONCLUSIÓN

- El preservativo es un producto sensible en tanto la carga simbólica de su uso y su cercanía al auto-concepto de sus usuarios, en ese sentido es fuertemente aceptado por el contexto y la cultura, ya que su consumo se basa en las expectativas que otros significados tengan sobre el mismo.
- Aunque la compra de condones responde a motivaciones o necesidades utilitarias, como son la necesidad de protección frente al embarazo no deseado y las enfermedades venéreas, la compra de condones Kanaan a Kuxtal satisface otro tipo de necesidades.
- Kanaan a kuxtal es un producto espejo que le permite la expresión de valores como la responsabilidad, el compromiso, la madurez, la fortaleza, la seriedad. En consecuencia la compra de este producto muestra contenidos aspiracionales puesto que se relaciona con el yo ideal del consumidor.
- Con referencia al proceso de importación, en lo personal no realizaría otra operación, es un negocio que requiere mucha inversión y mucho riesgo. La competencia hace mucho mas difícil que el producto entre al mercado añadiéndole que La comisión Federal para la protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris) dependiente de la Secretaria de Salud (Ss) tarda un “tiempo excesivo” en definir los procesos regulatorios para que los preservativos ingresen al país.

- Tiempo que como empresarios a veces no podemos darnos el lujo de aceptar, sin embargo fue una de las mejores experiencias que he tenido y volvería hacer otra importación pero con otros productos menos peligrosos.
- En mi punto de vista Quintana roo necesita crear mas conciencia sobre el uso del preservativo, somos un estado con mayor índice de embarazos en los jóvenes y niños. Es terrible ver cuantos niños están volviéndose padres tan rápido, sin disfrutar de la vida y sobre todo que están adquiriendo responsabilidades muy grandes para su corta edad. El uso del preservativo definitivamente puede cambiar la vida de todos nosotros.
- El proceso de diseño del dispensador tiene como objetivo satisfacer todas las necesidades de los clientes potenciales y usuarios, manteniendo un equilibrio fundamental entre cumplimiento de requerimientos del diseño y costos de fabricación.

BIBLIOGRAFIA

- 1) <http://www.ocdemexico.org.mx/Quintana-Roo/Chetumal/>
- 2) <http://www.economia.gob.mx/delegaciones-de-la-se/estatales/quintana-roo#>
- 3) http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/panora_socio/qroo/Panorama_QRoo.pdf
- 4) <http://www.cofepris.gob.mx/AS/Paginas/Establecimientos%20y%20productos%20biologicos/PermisoVentaODistribucionProductos.aspx>
- 5) http://www.sat.gob.mx/aduanas/importando_exportando/guia_importacion/Paginas/procedimiento_para_importacion_de_mercancias.aspx
- 6) http://kidshealth.org/teen/en_espanol/sexual/bc_chart_esp.html
- 7) <http://www.tiposde.org/cotidianos/71-tipos-de-anticonceptivos/>
- 8) <http://www.datosmacro.com/comercio/importaciones/india>
- 9) <http://www.cupidltd.in>
- 10) <http://www.actitudfem.com/amor-y-pareja/sexo/solteras/cuantos-condones-se-venden-en-mexico>
- 11) <http://www.impoexporta.com>
- 12) <http://www.eluniversal.com.mx/finanzas-cartera/2014/fmi-economia-mexico-1005737.html>
- 13) http://www.economia.com.mx/inflacion_y_devaluacion.htm
- 14) <http://datos.bancomundial.org/indicador/SH.CON.1524.FE.ZS>
- 15) <http://mx.reuters.com/article/topNews/idMXL2N0NH0UF20140425?pageNumber=2&virtualBrandChannel=0>

6.5.- GLOSARIO DE TÉRMINOS

Preservativo.- Un preservativo, también llamado condón o profiláctico, es una cobertura que se emplea en el pene durante el acto sexual. Su finalidad es minimizar el riesgo de contagio de ciertas enfermedades y reducir la posibilidad de un embarazo.

Importación.- Se trata de la acción de importar mercancías o cuestiones simbólicas de otra nación, es decir introducir productos o costumbres extranjeras en un país.

Enfermedades de transmisión sexual.- (ETS) son infecciones que se adquieren por tener relaciones sexuales con alguien que esté infectado.

Dispensador.- Es una maquina eléctrica que facilita la venta de los preservativos.

Empaque secundario.- Elemento que se usa como complemento externo con la función de contener o agrupar varias unidades de empaque primario, en este estadio se encuentra: cajas plegadizas, de cartón corrugado, cubetas plásticas, guacales, etc.

Empaque primario.- De venta de presentación elemental o interior. Es el que está en contacto directo con el producto específico con la función de envasarlo, protegerlo. Dentro de este nivel se encuentran por ejemplo: vasos, botellas, garrafas, bolsas envoltura de papel, tubos entre otros muchos. Comprende adicionalmente elementos adicionales que lo integran (tapa, foil, banda de seguridad etiquetas, cintas adhesivas etc.).

Imagen Corporativa: La imagen corporativa se refiere a cómo se percibe una compañía. Es una imagen generalmente aceptada de lo que una compañía “significa”. La creación de una imagen corporativa es un ejercicio en la dirección de la percepción. Es creada sobre todo por los expertos de marketing en conjunto con los de comunicación que utilizan las relaciones públicas, campañas comunicacionales y otras formas de promoción para sugerir un cuadro mental al público.

Contenedores.- Es un recipiente de carga para el transporte marítimo o fluvial, transporte terrestre y transporte multimodal.

Inventarios.- El inventario es aquel registro documental de los bienes y demás objetos pertenecientes a una persona física, a una comunidad y que se encuentra realizado a partir de mucha precisión y prolijidad en la plasmación de los datos.

Agente aduanal.- Es la persona física que tiene las facultades para realizar el despacho de mercancías para la exportación e importación.

Pedimento.- Es una declaración fiscal a través de la cual el contribuyente informa a la autoridad aduanera el destino que dará a las mercancías y comprueba el cumplimiento de obligaciones tributarias y no tributarias inherentes al régimen aduanero que se haya elegido para la operación de comercio exterior.