

Femway: novedosa solución para un problema femenino y frecuente

Los problemas surgidos de orinar en un baño público, y las consiguientes recomendaciones y cuidados de evitar todo contacto con el inodoro, son bien conocidas por las mujeres. María Elena de Paula y Maríné Villalba, visualizaron el problema y por ello decidieron lanzar una solución práctica a la que llamaron Femway, un producto sanitario que permite a las mujeres orinar de pie de forma fácil y segura.

La idea es más sencilla de lo que parece. Femway es un cono higiénico de cartón impermeable con aperturas a ambos lados. Se abre para que adapte la forma de curva y se ubica entre las piernas de tal forma de dirigir la orina directamente por el cono.

El dispositivo resulta un recurso práctico para aquellas mujeres que presentan problemas al tratar de evadir el contacto con la tasa del inodoro o les genera rechazo la suciedad que pueden presentar algunos baños de bares y boliches. "El producto busca solucionar problemas de higiene femenina que las mujeres deben afrontar a diario", expresó Villalba. Femway también está pensado para embarazadas o mujeres con poca movilidad o facilidad para mantenerse con las piernas flexionadas.

El producto cuenta con el apoyo de la Sociedad Uruguaya de Ginecología de la Infancia y la Adolescencia, ya que su uso es ideal para evitar el contagio de enfermedades y prevenir la cistitis o incontinencias urinarias.

Por todos lados

El producto se puede adquirir en packs individuales a \$10 o de 7 unidades a \$59. Según Villalba, el recibimiento ha sido "más que positivo", ya que muchas clientas se muestran entusiasmadas por lo novedoso del dispositivo. Femway se puede adquirir en varias farmacias, hostels y boliches y pubs como Bluzz Bar y Living.

Para una próxima etapa, Villalba y De Paula planean ampliar su producción y lograr una distribución a nivel nacional. Hoy, además de en Montevideo,



Mariné Villalba y María Elena De Paula, creadoras de Femway, apuestan al desarrollo de una buena imagen corporativa. N. GARRIDO

Femway se está comercializando en Paysandú.

Un factor clave ha resultado la utilización de las redes sociales como estrategia comercial y para difusión. En su sitio web, Femway presenta instrucciones de uso, recomendaciones, sorteos y regalos para sus clientes.

Su creadoras ven con muchas expectativas el potencial de crecimiento de la empresa y la capacidad de ampliar su cartera a otros productos de higiene femenina.

Muchas ganas

Villalba, que trabaja en la Cámara de Industrias, y De Paula, que se desempeña como diseñadora gráfica freelance, son amigas desde que tienen memoria.

En el 2008 decidieron embarcarse en un proyecto juntas y fácilmente detectaron el problema que toda mujer enfrenta alguna vez frente a un baño público o a la ausencia de uno. Encontraron la respuesta en Internet en productos similares a su Femway, pero según De Paula, percibieron

APUNTE

Lindo diseño

Un factor importante en Femway es la presentación y el diseño de una imagen de marca atractiva para un producto higiénico. De Paula, diseñadora gráfica, destaca la calidad y el mensaje que desea transmitir: seguridad y femineidad. Femway utiliza tonalidades rosas y lunares, estética fuertemente asociada con otro tipo de productos de higiene femenina. De Paula y Villalba destacaron la practicidad y adaptabilidad del diseño liviano que permite un fácil manejo y traslado. "Es importante que la mujer genere empatía con el producto y sienta las ganas de usarlo cuando sea necesario", aseguraron.

muchas debilidades en materia de diseño y estrategia comunicacional. De Paula, licenciada en Diseño Gráfico de la Universidad ORT y Villalba –que estudió Dirección de Empresas en la Universidad Católica– decidieron emprender por cuenta propia para tratar de mejorar este invento. Pasaron por varios prototipos y pruebas para las que pidieron colaboración a amigas y familiares hasta llegar al diseño actual.

A fines del 2009 Femway ganó el primer premio en el Venture Day Iberoamericano, una competencia organizada por la Universidad ORT y VTV, al cual se presentaron más de 120 ideas de negocios. También contaron con el apoyo del Centro de Innovación y Emprendimientos de la ORT para el programa Ideoportunidad, donde estudiantes de Gerencia y Administración elaboran el plan de negocios de nuevos emprendimientos.

Actualmente son finalistas de "Emprendedores en la mira" del Fondo Emprender. ●

71%

De las mujeres considera que los baños públicos que frecuenta no están limpios, según una encuesta viral realizada a través de Facebook y correos a alrededor de 170 mujeres.

58%

Prefiere no usar un baño público, o sólo orina si el baño está limpio.

84%

Afirma que la postura adoptada en baños públicos, le resulta complicada y molesta.