

# ALFOMBRAS DESPERTADORAS “WAKE UP”



“Las alfombras que  
para despertar solo  
tienes que pisar”

<p><b>2. PROBLEMA</b></p> <p>En la actualidad la mayoría de personas tenemos problemas al momento de levantarnos a pesar de contar con diferentes tipos de despertadores, y como jóvenes universitarios nos afecta en nuestras diferentes actividades académicas, por ello se identifico un mercado potencial de 12 423 universitarios de nivel socioeconómico A y B en la ciudad de Huancayo a quienes se les puede brindar un producto que solucione este problema.</p>	<p><b>4. SOLUCION</b></p> <p>La solución que brindamos frente a este problema es una "Alfombra despertadora" un producto nuevo e innovador que asegura levantarte oportuna y eficientemente para que los jóvenes universitarios puedan llegar a tiempo a sus actividades académicas.</p> <p>Este producto consta con alarmas despertadoras que solo se apagan cuando el cliente coloca los pies sobre la alfombra.</p> <p><b>8. METRICAS CLAVES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Insumos</li> <li>• Clientes</li> <li>• Ganancia</li> </ul>	<p><b>3. PROPUESTA DE VALOR ÚNICA</b></p> <p>"Las alfombras que para despertar solo tienes que pisar"</p>	<p><b>9. VENTAJA DIFERENCIAL</b></p> <p>Nuestra ventaja frente a nuestros competidores indirectos es el modo en que se apaga el dispositivo, porque esta acción solo se logra cuando el cliente coloca los pies sobre la alfombra, asegurando que la persona se levante eficientemente.</p> <p><b>5. CANALES</b></p> <p>Contactaremos a nuestros clientes a través de los siguientes medios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad radial</li> <li>• Publicidad escrita: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Afiches</li> <li>• Volantes</li> </ul> </li> <li>• Redes sociales <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook/twitter</li> <li>• Pagina web</li> </ul> </li> </ul> <p>La distribución de nuestro producto se dará a través de intermediarios.</p>	<p><b>1. SEGMENTACION DE CLIENTES</b></p> <p>Jóvenes universitarios de nivel socioeconómico A y B en la ciudad de Huancayo (Chilca, El tambo y Huancayo)</p>
---	---	---	---	--

**7. ESTRUCTURA DE COSTES**

Costos fijos:

- Electricidad
- Agua
- Alquiler
- Sueldo Administrativo
- Telefonía e Internet
- Útiles de oficina
- Sueldo de Producción
- Depreciacion
- Amortizacion de intangibles
- Publicidad
- Diseño de modelo
- Gastos de distribucion.
- Útiles de limpieza

Costos Variables

- Tela polar
- Tela de lona
- Sensor de movimiento
- Hilos
- Alarma despertadora

**6. FUENTES DE INGRESOS**

Nuestra principal fuente de ingreso es la venta de nuestra alfombra:

Por unidad:

Precio	S./ 90
Costo	S./ 56
Beneficio	S./ 34

**LEAN CANVAS**