



www.continental.edu.pe



IMPLEMENTACIÓN Y PRODUCCIÓN DE URINARIOS ADAPTADOS PARA LOS INODOROS EN LOS HOGARES DE HUANCAYO (CLEAN Cup)

AI1102 - 2015

INTEGRANTES DEL EQUIPO DE TRABAJO



| N° | NOMBRE Y APELLIDOS | CARRERA | CICLO | DIRECCIÓN | CELULAR | E-MAIL |
|----|---------------------------|----------------|-------|-------------------------------------|-----------|--------------------------------|
| 01 | Gustavo, Poma Garay | Ing. Ambiental | VI | Jr. Parra del Riego N° 1030 – Tambo | 964632948 | fredgustas@Hotmail.com |
| 02 | Miguel, Arteaga Hilario | Ing. Minas | VI | Jr. Bosques N° 856 | 954631262 | u2013135292@continental.edu.pe |
| 03 | Edward, Pariona Aduato | Ing. Civil | VI | A.V J.C. Mariátegui N° 970 | 976054286 | U2011211826@continental.edu.pe |
| 04 | Samantha, Flores Martínez | Arquitectura | V | Jr. Amauta N°102 – El Tambo | 986443215 | U2012106392@continental.edu.pe |
| 05 | Roel, Janampa Mayta | Ing. Civil | VI | Jr. Los montes N° 798 | 965342167 | U2014113589@continental.edu.pe |



DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

CleanCup es un novedoso aditamento creado para ser implementado a los inodoros de los hogares de Huancayo, pues se detectó que siempre que los varones entramos al baño de cualquier lugar, al momento de misionar de manera involuntaria mojamos la tasa del inodoro, creando así indirectamente un lugar anti-higiénico para otros usuarios que no sean varones. Es así que nació el diseño de nuestro producto creado para evitar estos eventos tan desafortunados en los hogares que perjudican de manera directa a cualquier usuario posterior o encargado de limpieza. Además de esto añadiremos también logotipos que den a conocer el uso de nuestro producto, solucionando así este desagradable incidente mediante un aditamento de practico uso, auto-limpieza continua y sobre todo brindando un nivel de higiene alto. Además será un producto Eco-Amigable pues el diseño será en base a material reciclable y ahorra agua para su limpieza.

ASPECTOS CREATIVOS E INNOVADORES DEL PRODUCTO

Sustituir

- Se sustituirá el urinario del baño convencional de los hogares, por este aditamento mas eficiente, práctico y novedoso.

Combinar

- Nuestro producto podrá combinar con cualquier tipo de inodoro convencional, mejorara el servicio higiénico pues es regulable, adaptable y con una mecánica que ayuda al uso eficiente del agua.

Modificar

- Se puede modificar el producto en su totalidad, personalizándose de acuerdo al cliente.

Proponer

- Se propone para evitar el habito tan desagradable de manchar las tasas de los inodoros, por uno mas estilizado donde se mantenga un mejor nivel de higiene, además se propone la construcción del producto en base a productos reciclables.

Eliminar

- Se eliminara el uso del urinario convencional, otorgando así un espacio para poder ser utilizado por cualquier otro objeto de beneficio al servicio.

MODELO DE NEGOCIOS CANVAS

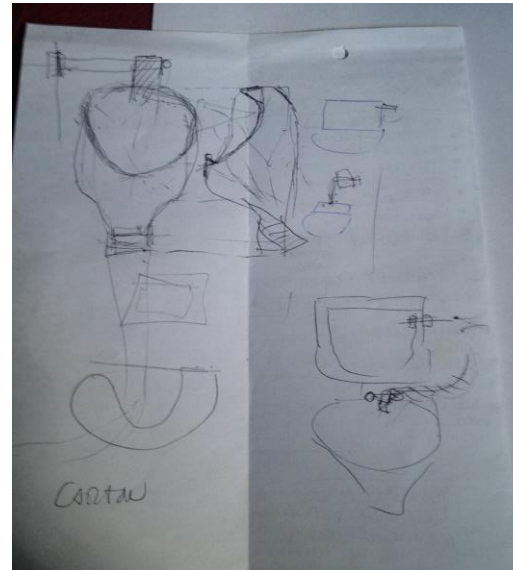
| | | | | |
|---|---|--|---|---|
| <p>8. SOCIOS CLAVES</p> <ul style="list-style-type: none"> * Lugares de reciclaje donde podamos encontrar la base del producto. * Ferreterías. * Tiendas. | <p>7. ACTIVIDADES CLAVES</p> <ul style="list-style-type: none"> * Compra de la materia prima. * Programación * Producción del aditamento. * Personalización. * Entrega e Instalación. | <p>2. PROPUESTA DE VALOR</p> <p>IMPLEMENTACIÓN Y PRODUCCIÓN DE URINARIOS ADAPTADOS PARA LOS INODOROS EN LOS HOGARES DE HUANCAYO. (CLEANcup)</p> | <p>4. RELACIÓN CON EL CLIENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> * Personalizada. * Se ofrecerá un producto de gran calidad. * Se recompensará la lealtad del cliente. * Se mantendrán actualizados los datos de los clientes. | <p>1. SEGMENTO</p> <p>Pobladores del distrito del Tambo, Huancayo y Chilca, zona urbana. Comprendido en una edad de 18 años a más, con un nivel socio económico A,B y C.</p> <p>Este segmento variara por que ya no tomaremos a los pobladores, si no a las viviendas.</p> |
| <p>9. COSTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> * Costo de la materia Prima. * Costo de la producción. * Costo de las cosas para el acabado final. * Costo en tiempo para la instalación. * Costo por mantener la lealtad del cliente | <p>6. RECURSOS CLAVES</p> <ul style="list-style-type: none"> * Materia Prima * Equipo de Trabajo. * Conocimiento sobre acabados de producto. * Manejo y uso de herramientas * Organización del Equipo. * Lugar de trabajo. | | <p>3. CANALES</p> <ul style="list-style-type: none"> * Canal Directo: Venderemos el producto y haremos la instalación nosotros mismos. * Canal Indirecto-Corto: Usaremos un intermediario para realizar las ventas (Ferreterías) | |
| | <p>9. COSTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> * Costo de la materia Prima. * Costo de la producción. * Costo de las cosas para el acabado final. * Costo en tiempo para la instalación. * Costo por mantener la lealtad del cliente | | <p>5. INGRESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> * Por venta de nuestro producto. * Personalización del producto. | |

IMAGEN DEL PRODUCTO

- Logo:



- Prototipo:





Conti
Emprend



www.continental.edu.pe