

II Feria Virtual de Prototipos

FORTS





FORTS

2. PROBLEMA
“Aumento de la tasa de morbilidad en niños y adolescentes causados por los cambios climáticos”

4. SOLUCIÓN
Brindar un producto único e innovador para así poder evitar enfermedades

8. MÉTRICAS CLAVE
Tráfico web.
Incremento de nuevos clientes.

3. PROPUESTA DE VALOR
“Ponte en modo FORTS y protégete de los cambios climáticos”.

9. VENTAJA COMPETITIVA
Único en el mercado.
No puede ser fácil de copiar.

5. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

- Spots publicitarios.
- Redes sociales.
- Páginas web
- Tienda boutique
- Tienda detallista

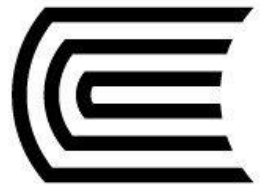
1. SEGMENTO DE CLIENTES

- Edad: 8-15 años
- Clase social A y B
- Según el estilo de vida: Modernos . Progresistas y sofisticados

7. ESTRUCTURA DE COSTOS

- Distribución
- Producción de gorros , mochilas y ponchos
 - Registro de marca
 - Página web

6. ESTRUCTURA DE INGRESOS
Venta de franquicia, gorros, toma todo y ponchos.



Universidad
Continental

FORTS



Pensando en tu bienestar te presentamos a FORTS una mochila diseñada para protegerte de los cambios climáticos y así poder evitar enfermedades causadas por estas, a través de la implementación de un poncho y una gorra, todo en un solo accesorio.



Universidad
Continental

II Feria Virtual de Prototipos

¡GRACIAS!

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO CONTINENTAL
Conti-emprende@continental.edu.pe

