

VI Feria Virtual de Prototipos

Nombre del prototipo:

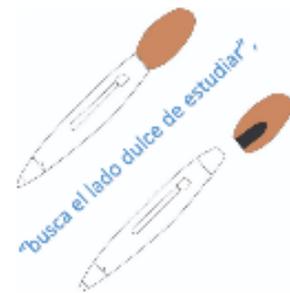
“CHOCOPEN”
El lapicero que tiene
chocolate para brindar energía
a los estudiantes.

DOCENTE: Peña Huaytalla, Edith del Pilar

CAMPUS: Huancayo

NRC: 10678

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO CONTINENTAL



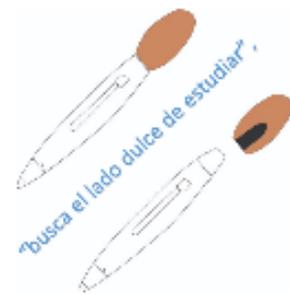
Equipo de trabajo:



- Limaymanta Castro, Danae | Psicología 77074960
- Palomo Begazo, Úrsula | Enfermería 48151181
- Díaz Asto, José | Arquitectura 75008652
- Usquiano Usculvilca, Erik | Ing. Mecánica 76367973
- Osorio Rosales, Angie | Psicología 73236458
- Tuppia Zoriano, Álvaro | Ing. De sistemas 72571319

Definición del problema

- Según Ana Molina «hoy en día la sociedad vive cansada y cree que es normal»
- La fátiga según Mayo Clinic, es no de los síntomas más comunes del estrés. La fatiga o cansancio puede ser una respuesta normal.
- Cuando el estrés se convierte en un estado permanente y sobrepasa los límites considerados normales es un asesino silencioso. La última encuesta del Instituto Integración, realizada a 2, 200 personas en 19 departamentos del Perú, arroja que el 58% de los peruanos sufre de estrés. Esto quiere decir que seis de cada diez peruanos se sienten estresados en su vida cotidiana. El estudio señala que las mujeres reportan mayores niveles de estrés (63%) que los hombres (52%). (diario la republica 2016) <https://larepublica.pe/domingo/958332-casi-60-de-peruanos-sufre-de-estrEs>
- **¿CÓMO PODEMOS MEJORAR LA FALTA DE ENERGÍA EN CLASES?**





“CHOCOPEN”

El lapicero que tiene chocolate para brindar energía a los estudiantes

PROBLEMA

- ¿Cómo aumentamos la energía en clases?
- Difícil disponer de un producto en el instante que disminuye tu energía en medio de las clases.
- La manía que se tiene de morder los lapiceros

ALTERNATIVAS

- Gomita
- Caramelo
- Energizante

SOLUCIÓN

Producto que aumente la energía en los momentos de clases. Nuestro producto “chocopen” de fácil uso y con chocolate recargable. Accesible en los momentos inesperados.

MÉTRICAS CLAVE

- Numero de pedidos por las redes por semana.
- Numero de pedidos por las redes por mes del estuche recargable.
- Número de “me gusta” en redes sociales.
- Número de ventas a súper mercados.
- Número de exportaciones al mes.

PROPUESTA DE VALOR

Descubre el lado dulce de estudiar.

VENTAJA COMPETITIVA

- Acuerdo exclusivo con distribuidores y fabricantes.
- Se consume fácilmente.
- Los primeros en el mercado.
- Doble uso
- Recargable.
- La punta de lapicero de buena calidad.

CANALES

- Por medios físicos, muestras de nuestro producto.
- Por internet, anuncios publicitarios mediante redes sociales (Facebook, Instagram, Twiter, crear una web del producto).
- Tiendas y quioscos.
- Venta por Whatsapp..

SEGMENTO

GEOGRÁFICO:
Universidad

DEMOGRÁFICO: estudiantes universitarios de 17 a 35 años.

De ambos géneros

PSICOGRÁFICA:
Estudiantes de los niveles socioeconómicos A, B y C.

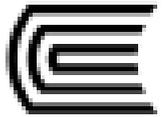
CONDUCTUAL:
Estudiantes universitarios de todas las carreras que estudian y/o trabajan con interés de aumentar su energía.

ESTRUCTURA DE COSTOS

- Un puesto de venta
- Equipo de ventas
- Desarrolladores
- Publicidades
- Producción del estuche de 10 barras de chocolate
- Producción de chocolate y de lapicero.

ESTRUCTURA DE INGRESOS

- Venta de Chocopen .
- Venta del estuche recargable.
- Venta de tintas recargables para el lapicero.



Universidad
Continental

“CHOCOPEN”

El lapicero que tiene chocolate para brindar energía a los estudiantes.



Coges el lapicero en tus manos, luego, retiras la tapa, desenroscas el chocolate de su fácil estructura, mediante su sistema deslizante y finalmente descubres el placer de consumir el delicioso chocolate que te llenara de energía.

VI Feria Virtual de Prototipos

¡GRACIAS!

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

