



2do Showroom Virtual de Emprendimiento: Prototipos, **Modelos**, Proyectos, Planes y Prácticas empresariales 2020-20

Nombre del emprendimiento: **START COLOR**

- **Categoría: Modelo**
- **Institución: Universidad Continental**
- **Facultad: Ciencias de la Empresa**
- **Curso: Incubación Empresarial - I**





Integrantes del equipo

| N° | Apellidos y nombres | DNI | Carrera | Sede |
|----|----------------------------------|----------|---|----------|
| 1 | Barra Oyanguren, Gonzalo Enrique | 70003299 | Administración y Negocios Internacionales | Arequipa |
| 2 | Revilla Quispe, Jesús Renato | 75079838 | Administración y Negocios Internacionales | Arequipa |
| 3 | Sacsi Llerena, Lorena Fabiola | 73146944 | Administración y Negocios Internacionales | Arequipa |
| 4 | Villar Sotelo, Lorena M. | 44174781 | Administración y Negocios Internacionales | Arequipa |

Asesor: José Antonio Álvarez Huamán



Identificación del problema

Según el INEI, el Comercio se incrementó en 3,6% respecto al mismo periodo del año anterior, por el comportamiento positivo del comercio al por mayor y por menor que crecieron en 4,1% y 4,3%, respectivamente. En la coyuntura actual por la cual atravesamos, sabemos que no podemos reunirnos, abrazarnos, es por ello que hemos identificado como problema principal la soledad, la ausencia de contacto físico y por ello pensamos que un regalo puede levantar el ánimo y alegrar muchas vidas, es por ello que este producto aparte de ser útil en casa, es un regalo valiosamente emocional.



Características creativas e innovadoras

- Se puede realizar cualquier forma respecto a tazas que unos desea.
- El precio por unidad es muy reducido. Al comprar por mayor es mucho más rentable
- Calidad de la técnica y del producto. Para asegurar el éxito con un producto que dure por muchos años.
- Tiene una variedad ilimitada de colores.
- Resistente a altas temperaturas
- Se puede plasmar cualquier diseño o imagen que desee el cliente.





Lean Canvas

| | | | | |
|---|--|---|---|---|
| Problema <ul style="list-style-type: none">Según la OMS el 63% de 163 países han reportado alteraciones psicológicas y emocionales como estrés , ansiedad entre otros a raíz que las personas han sido afectadas por la pandemia | Solución <ul style="list-style-type: none">Hacer tazas sublimadas con recuerdos o mensajes personalizados | Propuesta de valor <ul style="list-style-type: none">Brindamos un producto emotivo mostrando afecto y amor a la distancia con estas tazas sublimadas | Ventaja especial <ul style="list-style-type: none">Atención personalizadaprecios diferenciados del competidor | Segmento de cliente <ul style="list-style-type: none">Nuestros clientes principales son personas detallistas con un nivel socioeconómico medio y alto. |
| | Métricas claves <ul style="list-style-type: none">Incremento de nuevos clientes | | Canales <ul style="list-style-type: none">Venta directaRedes sociales | |
| Costos <ul style="list-style-type: none">Compra de insumosCompra de maquinaria requerida para la sublimación | | | Fuentes de ingreso <ul style="list-style-type: none">Venta de tazas personalizadas | |



Business Model Canvas

| | | | | |
|---|--|---|---|---|
| <p>Aliados estratégicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Colaboradores con el trabajo humano para todo el proceso. ● Clientes ● Proveedores | <p>Actividades claves</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Técnica de Impresión digital que permite crear regalos personalizados de forma muy sencilla | <p>Propuesta de valor</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Calidad del producto. ● Variedad de elaboración de producto (lean) | <p>Relación con el cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Para una comunicación efectiva se utilizará el feedback de página web y las redes sociales (delivery) | <p>Segmento de cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Nuestros clientes principales son personas detallistas con un nivel socioeconómico medio y alto.. |
| <p>Recursos claves</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Impresora para sublimación ● Impresora EPSON L1300 ● Tintas de sublimación ● Accesorios | | <p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> ● En el mercado local se realizará a través de la venta directa por parte de nosotros hacia los clientes, siendo canal directo de distribución. | | |
| <p>Costos</p> <p>Los principales costos pertenecen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Compra de impresora de sublimación ● Impresora EPSON L1300 ● Compra de material requerido para sublimación | | | <p>Fuentes de ingreso</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Venta de productos sublimados con detalles personalizados en tazas. | |



Galería de imágenes del producto (solución del problema)





Growth Center - Emprendimiento
Av. San Carlos 1980 - Huancayo
Teléfono: 064 – 481430 Anexo 7720
Conti-emprende@continental.edu.pe

