



# **UNICYTios UNICYT INCUBATOR OF STARTUP**

**SEMILLERO DE PROYECTOS 2020**

**Vol. 2**

# **INICyTios UNICYT INCUBATOR OF STARTUP SEMILLERO DE PROYECTOS 2020**



Editorial Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología

Panamá – Ciudad de Panamá

**ISBN Obra Completa:** 978-9962-738-00-8

**ISBN Volumen 2:** 978-9962-738-02-2

**Título:** Incubadora de Proyectos de Emprendimientos de la Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología – UNICyT- 2020.

*Esta una publicación electrónica que constituye un medio de difusión para los proyectos de emprendimiento e innovación de los estudiantes de Licenciatura que ofrece en la Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología - UNICyT*

**Fecha:** 2020-12-28

**Sello Editorial:** Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología (9962-5599)

**Autoridades:**

William Núñez Alarcón, Rector  
Miroslaba Martínez Lee, Secretaria General

**Dirección:**

Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología UNICyT. Carrasquilla Plaza DUREX. Ciudad de Panamá, Panamá

**Directora – Editora:** Aura L. López de Ramos

**Apoyo docente:** Erick A. Ramos Sánchez

**Diseño de portada:**

Erick A. Ramos Sánchez  
Víctor Ramos - Zona 3 punto o, S.A.

Todos los derechos reservados a la Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

**DOI:** 10.47300/978-9962-738-02-2

## Contenido

<b>Introducción</b> .....	6
<b>FONDA EL BURRITO</b>   Estudiante: Raquel Man .....	8
<b>PAN DE JAMÓN</b>   Estudiante: Irving Pinzón .....	11
<b>#PROTÉGETE PANAMÁ#</b>   Estudiante: Félix Aguilar .....	14
<b>DELIVERY EN BICICLETA</b>   Estudiante: Alexandra Mudarra .....	17
<b>SERVICIOS DE ANALISIS DE PAGINAS WEB</b>   Estudiante: Cristhian Fuentes.....	20
<b>VISOR &amp; MASK</b>   Estudiante: Nahery Callender .....	24
<b>FREE ZONE MARKET</b>   Estudiante: Fernando Vergara .....	27
<b>TEQUE GOURMET</b>   Estudiante: Lilianys Infante .....	31
<b>RECICLAJE DE PRODUCTOS PARA CUIDAR EL MEDIO AMBIENTE</b>   Estudiante: Daniel González.....	34
<b>KETO LOVER</b>   Estudiante: Arlene De Beer .....	38
<b>COSMETICS´S SANDY</b>   Estudiante: Jonathan Pineda .....	42
<b>VENTA DE MANUALIDADES</b>   Estudiante: Keyla Araba .....	45
<b>SUPERMARKER LOCACION</b>   Estudiante: William Pérez.....	48
<b>SERVICIO A DOMICILIO SOL BARRANQUILLERO</b>   Estudiante: Zonsiore Castillo ...	51
<b>SAFE SOLUTION</b>   Estudiante: Joshua Gordon.....	54
<b>VENTA DE ROPA PARA NIÑOS Y ADULTOS POR LA WEB</b>   Estudiante: Albryd Castillo .....	58
<b>DAY AND NIGTH CALZADO DE TACÓN REMOVIBLE</b>   Estudiante: Ángel Diaz .....	61
<b>ARTESANALES BOCAS SUITE STYLE</b>   Estudiante: Nadialiss Espinoza .....	64
<b>SUPER PIÑATAS</b>   Estudiante: Josué González.....	68
<b>ACHIEVING DREAMS VG</b>   Estudiante: Verónica García .....	71
<b>PLATAFFORMA EDUCATIVA NEO BOOKS</b>   Estudiante: Luis Pineda.....	74
<b>GUARDERIA FAMILIA HENRIQUEZ</b>   Estudiante: Isamar Henríquez .....	77
<b>DULCERÍA SANCHEZ</b>   Estudiante: Urbana Sánchez.....	80
<b>VENTA DE PROPIEDADES POR INTERNET</b>   Estudiante: David Sedda .....	83
<b>CLEANING SOLUTIONS ERS, S.A</b>   Estudiante: Euribiades Rodríguez.....	87
<b>HOJALDRES RELLENOS</b>   Estudiante: David Lasso .....	91
<b>FRUTAS Y VERDURAS EXPRESS</b>   Estudiante: Alexandra Zaldívar .....	94
<b>SERVICIO VIVIENDO A PLENITUD</b>   Estudiante: Gianni Tovar.....	97

**SERVICIO DE LIMPIEZA GENERAL LARTAM | Estudiante: Tatiana Mendoza ..... 101**  
**ALFA CLÁSICO | Estudiante: Dorian Rivas..... 104**

## Introducción

Esta publicación electrónica recoge los proyectos realizados por estudiantes de Licenciatura que ofrece la Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología (UNICYT) durante el periodo académico 03-2020. Estos modelos de negocio son el producto de las ideas innovadoras propuestas por los estudiantes en el curso Design Thinking, Startup y Lean Canvas, y tienen como principal objetivo, la inserción de nuestros estudiantes al mundo del emprendimiento y la innovación.

Todos estos trabajos fueron presentados previamente por los estudiantes en Ferias de Emprendimiento que la UNICYT organiza y que forman parte de las actividades de extensión orientadas al fortalecimiento de capacidades para el emprendimiento de los estudiantes de licenciatura de la UNICYT. Se estimula a los estudiantes desde el curso de Design Thinking, Startup y Lean Canvas a desarrollar ideas innovadoras. El proceso culmina con las presentaciones de los estudiantes a los miembros de la comunidad universitaria en un formato de ferias que la universidad ha denominado UNICYT Incubator of Startups - UNICYTios. Adicionalmente a la presentación oral en modo PechaKucha, todos los participantes presentan un manuscrito que cumple la normativa exigida en el curso, 30 de ellos están publicados en este e-book.

La necesidad de diseñar y desarrollar modelos de negocios que respondan a una dinámica de mercado en la que convergen productos, servicios, experiencias y significados, y a una dinámica social que privilegia a la persona por sobre las organizaciones, ha dado lugar a nuevos enfoques teóricos y metodológicos. En este sentido, el programa se ha propuesto la aplicación de la metodología de Design Thinking, Startup y Lean Canvas para la creación de una empresa novedosa en un espacio de capacitación, reflexión y aprendizaje a través de la combinación de conocimiento, práctica y exploración en un proceso participativo. El programa combina la documentación y formación conceptual con talleres y workshops que tienen como objetivo dominar la praxis de las técnicas de Design Thinking, Startup y Lean Canvas aplicadas a la Innovación.

Los 30 modelos de negocio publicados en esta edición recogen los resultados del curso Design Thinking, Startup y Lean Canvas realizado por 30 estudiantes que aplicaron los conocimientos adquiridos durante su formación en la carrera y en el curso CE 011 001 Design Thinking, Startup y Lean Canvas sobre la metodología basada en una comunicación interactiva multilateral y participativa, como parte de la solución de los problemas de las comunidades.

Cada vez, con mayor frecuencia, se reconoce la necesidad de que los futuros profesionales no solo adquieran competencias para ejercer alguna profesión, pero, adquieran aquellas que les permitan iniciar su propia empresa. Comprender los procesos del ciclo de emprendimiento, su inicio a partir de una oportunidad, las reiteraciones progresivas con distintas versiones, la importante reiteración e interacción con los usuarios potenciales, y las distintas herramientas que le permiten comprender el valor de una oportunidad y como preparar un portafolio para obtener socios y fondos que provean recursos para el emprendimiento. Al final del periodo académico los estudiantes se encuentran con una

situación inédita que afecta de manera directa a la humanidad y, por ende, a la continuidad de sus emprendimientos.

La coyuntura actual impulsa de forma más relevante la necesidad de que los futuros jóvenes profesionales adquieran competencias para innovar y emprender como respuesta a la pérdida de empleos y la depresión económica, producida por la pandemia mundial del coronavirus Covid – 19 y su impacto en la sociedad a nivel mundial.

La orientación académica del facilitador, el profesor Erick Ramos, estuvo centrada en fortalecer los saberes pedagógicos, tecnológicos, y operativos de los estudiantes en concordancia con las necesidades del entorno. Todos los proyectos estuvieron enmarcados en una metodología de innovación y emprendimiento.

Seguidamente se presentan los portafolios de cada participante con sus proyectos de emprendimiento sobre sus ideas innovadoras, como muestra de la Incubadora de Emprendimiento de la Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología - UNICyT

*Prof. Erick A. Ramos S.  
Prof. Aura L. López de Ramos  
Ciudad de Panamá, 29 de diciembre de 2020*

## FONDA EL BURRITO | Estudiante: Raquel Man

**Carrera:** Licenciatura en Administración de Empresas con énfasis en Banca y Finanzas

**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

### Idea Innovadora

El presente trabajo detalla un emprendimiento que consiste en una tienda virtual para la venta de burritos. La idea surgió porque “mis compañeras y compañeros de clase se reunían en mi casa para estudiar, y se les preparaban burritos como snacks para extender las horas de estudio. Mis compañeros me indicaban que eran muy deliciosos”. De allí surge la idea de vender burritos a domicilio desde la casa, abaratando los costos por alquiler de un local y del respectivo mobiliario, equipos y utensilios. Es así que, aprovechando la era digital que se está viviendo, donde todos utilizan su teléfono móvil para comprar bienes y servicios, para adaptarse al distanciamiento social y a las cuarentenas selectivas. que se ha ideado este plan que consiste en promocionar, a través de redes sociales, alimentos sanos, económicos, nutritivos y muy populares.

El método de entrega es ir a domicilio personalmente por ahora y más adelante agregar un socio para que haga los delivery en motocicleta, mientras nos enfocamos en la elaboración de un producto de calidad y que cautive a los clientes. Por su parte, a largo plazo la idea es automatizar el producto alcanzado mayor niveles de producción y distribución y de esta manera incrementar el margen de ganancia.



Es por ello que, este emprendimiento se escogió en base a la experiencia de la autora. “A todos nos gusta comer algo diferente o tenemos días que nos gana la pereza para cocinar y escogemos comprar comida hecha”. Durante la cuarentena muchas personas han tenido momentos oscuros y de desesperanza. “Siempre logró animarme poniéndome maquillaje arreglándome y comiendo algo rico o diferente.



## **El Problema**

Con esta idea de emprendimiento se pretende atender las necesidades de comer algo diferente en esos días en los que, por falta de tiempo o por falta de ánimo las personas no desean cocinar y prefieren consumir un producto de calidad, fresco, delicioso, nutritivo de bajo costo, preparado en otro lugar y entregado en la puerta de sus hogares u oficinas. “Cuando otras personas pasan momentos duros o difíciles mi primer instinto es ofrecerles comida ya que eso es lo que me anima a mí”. De allí nace Fonda El Burrito.

## **La Solución**

La Fonda El Burrito se propone satisfacer las necesidades gastronómicas de sus clientes, ofreciendo alimentos y servicios con la más alta calidad, que se sobrepasen las expectativas de los clientes y ser un espacio de trabajo que permita el desarrollo de sus colaboradores en el grupo, con un servicio de entrega muy efectivo y que el producto entregado sea el mejor burrito.

## **Propuesta de valor**

Los burritos de la Fonda El Burrito serán los favoritos de los clientes por su sabor, su calidad y por un tiempo de entrega muy oportuno, gracias a la atención directa. Los precios serán otro atractivo para los clientes al tener una estructura de costos mu simple y menos alta que el de otros emprendimientos y empresas ya formadas. El menú, que incluye diferentes sabores y la compra de los ingredientes por parte de la autora, harán de los burritos de la Fonda El Burrito, un producto fresco, saludable, nutritivo y económico, del que los comensales no se podrán aburrir fácilmente.

## **Socios clave**

Para la Fonda El Burrito los socios claves son los proveedores de los insumos, como los ingredientes básicos: Queso Cheddar, Queso Monterrey Jack, Tortillas, Frijoles, Carne molida de res, Pollo, Atún, Lomo de cerdo, Sour Cream, Tomate, Cebolla, Lechuga, Cilantro Culantro, Papel aluminio. Todos estos ingredientes y productos se pueden adquirir frescos en los mercados de abastos o en el supermercado. También, los proveedores de los servicios públicos, agua, gas, energía eléctrica e internet.

## **Procesos clave**

Los procesos claves de la Fonda El Burrito son: la compra de los insumos, trasladarse al mercado donde los ingredientes son más frescos y se pueden encontrar al mejor precio, tomando en cuenta la cuarentena selectiva, limpiar y desinfectar los ingredientes por las normas de bioseguridad por la pandemia, limpiar la cocina y los Utencilios de cocina periódicamente, cocinar los ingredientes para preparar los guisos o rellenos proteicos, atender los pedidos, entregar los pedidos, y el proceso mas sabroso, el control de calidad.

## Recursos clave

Los recursos claves de la Fonda El Burrito son: los utensilios de cocina, la cocina, la nevera, el teléfono móvil, la computadora y sus aplicaciones, la cuenta bancaria, Internet, servicio eléctrico, servicio de gas doméstico.

## Segmento de clientes

El segmento de clientes de la Fonda El Burrito está compuesto por todas las personas que viven en la Ciudad de Panamá en general y que les gusta comer saludable, rico, nutritivo, fresco y a un precio razonable.

## Relaciones con clientes / Canales

Los clientes de la Fonda El Burrito se mantendrán en contacto a través de un canal de promoción con las redes sociales y publicidad con la red de amistades y conocidos.










## Estructura de costes

Producir cada burrito vale \$2.40  
 El precio de venta unitario sería \$3.50  
 La ganancia por cada burrito es de \$1.10  
 Margen de ganancia es el 0.68%

## Fuentes de Ingreso

Transferencias bancarias, Yappy, Nequi y Tarjeta debito/credito

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Encontrar un alimento preparado de calidad, fresco, delicioso, nutritivo de bajo costo</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Elaborar un burrito de calidad, fresco, delicioso, nutritivo de bajo costo</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>Elaborar un producto de calidad, con sabor único, de bajo costo, entregado a tiempo.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Poder comer saludable, a un precio razonable, con entrega a tiempo en su hogar u oficina.</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Todas las personas que viven en la Ciudad de Panamá en general y que les gusta comer saludable, nutritivo, fresco y a un precio razonable.</p>
	<p><b>Recursos clave</b> </p> <p>Calidad del producto                  Tiempo de Espera                  Calidad de Servicio</p>		<p><b>Canales</b> </p> <p>Promoción con las redes sociales y publicidad con conocidos y amigos.</p>	
<p><b>Estructura de costes</b> </p> <p>Producir cada burrito vale \$2.40                  El precio de venta unitario sería \$3.50                  La ganancia por cada burrito es de \$1.10</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>El precio de venta unitario sería \$3.50                  La ganancia por cada burrito es de \$1.10                  Margen de ganancia es el 0.68%</p>		

**PAN DE JAMÓN** | Estudiante: Irving Pinzón

**Carrera:** Licenciatura en Administración de Empresas con énfasis en Logística y Comercio Internacional

**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

### Idea Innovadora

El presente plan de negocios que se detallará a continuación contempla la creación de un emprendimiento para hornear, en tiempo de pandemia, panes de jamón por pedidos especiales y exclusivos, el mismo se realiza en un principio desde el sector, lugar donde el autor ha decidido emprender esta aventura de la mano de su socia y esposa. Se realizarán panes de jamón por pedido y se harán entregas según sectores de la ciudad, los días lunes, miércoles y viernes en la ciudad de Panamá y los días martes, jueves y sábados entregarán panes en el sector de San Miguelito. En tal sentido, se pretende formalizar la marca “PompiPan507pty”, sociedad que se encargará de la totalidad de las tareas del proyecto emprendedor, y que contará con dos personas naturales en un principio y confiando en crecer a medida del tiempo para hacer de un proyecto emprendedor una micro empresa legalmente registrada.



### El Problema

Para nadie es un secreto que se viven tiempos difíciles a nivel mundial, a causa de la pandemia por el Coronavirus 19 y que Panamá no escapa a esta realidad y cada ciudadano debe contribuir con la solución a esta problemática. Por ello, nuestra propuesta de emprendimiento busca crear una fuente de empleo propio, donde otros podrán trabajar y ganarse la vida en un proceso que ha demostrado su buena calidad y su crecimiento en momentos donde lo más común, es que se están perdiendo fuentes de empleo, al deber cerrar varias empresas por la pandemia.

## **La Solución**

La respuesta a la problemática planteada es Pompipan507pty, una empresa panificadora que ofrecerá a sus clientes unos ricos y deliciosos panes de jamón, estos se van a realizar al gusto del cliente, con un plus añadido a sus gustos y diferentes paladares, sabemos que, en casa, muchos no les gusta la aceituna o las pasas, es por ello que decidimos hacer en casa, un pan que puede ajustarse al paladar del cliente.

## **Propuesta de valor**

Pompipan507pty ofrece hacer en un pan casero, como una experiencia única y exclusiva que solo ofrece pompipan507pty donde el cliente es nuestro mayor valor y se le debe atender como se lo merece, realizamos diferentes tipos de masas, a gusto del cliente ofreciendo diferentes quesos en el interior, así mismo, el cliente podrá elegir su tipo de Jamón preferido, y también, ofrecemos la opción del tipo de aceitunas.

## **Socios clave**

Los socios claves de Pompipan507pty, son los proveedores de servicios públicos, como la energía eléctrica FEMSA, la autoridad del agua, el IDAAN, la empresa del servicio del gas residencial, los proveedores de los ingredientes, las grandes cadenas de supermercados y los fabricantes locales de embutidos, como Melo, Toledanos, otros. También, familiares y colaboradores que colaboran en Pompipan507pty.

## **Procesos clave**

Compra de insumos.  
Atención de los clientes y sus requerimientos.  
Control de calidad de insumos en inventario.  
Proceso de mantenimiento de la cocina.

## **Recursos clave**

Planta de producción.  
Colaboradores.  
Ingredientes y otros insumos.  
Receta de las distintas variedades de pan.  
Horno.

## **Segmento de clientes**

El pan es para todo público, considerando a los menores de edad con la autorización de sus padres o un familiar mayor de edad. Se espera también poder llegar en el corto plazo a los hoteles y restaurantes en la medida que las medidas de distanciamiento social y otras promulgadas por las autoridades permitan que estas empresas y negocios vuelvan a funcionar.

## Relaciones con clientes / Canales

Pompipan507pty mantiene un vínculo con sus clientes para conocer la calidad del producto y la calidad del servicio a través de encuestas que realiza por vía de las redes sociales.

## Estructura de costes

Materiales para elaborar los panes.

Materiales para empacarlos.

Materiales de salud e higiene.








Servicios comerciales (agua, electricidad, gas licuado, Internet, Telefonía).

Nómina de colaboradores.

## Fuentes de Ingreso

Ventas directas.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Distribuidores de Los socios claves de Pompipan507pty, son los proveedores de servicios públicos, como la energía eléctrica FEMSA, la autoridad del agua, el IDAAN, la empresa del servicio del gas residencial, los proveedores de los ingredientes, las grandes cadenas de supermercados y los fabricantes locales de embutidos, como Melo, Toledanos, otros.</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Compra de insumos. Atención de los clientes y sus requerimientos. Control de calidad de insumos en inventario. Proceso de mantenimiento de la cocina.</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>Pompipan507pty ofrece hacer un pan casero, como una experiencia única y exclusiva que solo ofrece pompipan507pty donde el cliente es nuestro mayor valor y se le debe atender como se lo merece, realizamos diferentes tipos de masas, a gusto del cliente ofreciendo diferentes quesos en el interior, así mismo, el cliente podrá elegir su tipo de Jamón preferido, y también, ofrecemos la opción del tipo de aceitunas..</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Pompipan507pty mantiene un vínculo con sus clientes para conocer la calidad del producto y la calidad del servicio a través de encuestas que realiza por vía de las redes sociales.</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>El pan es para todo público, considerando a los menores de edad con la autorización de sus padres o un familiar mayor de edad. Se espera también poder llegar en el corto plazo a los hoteles y restaurantes en la medida que las medidas de distanciamiento social y otras promulgadas por las autoridades permitan que estas empresas y negocios vuelvan a funcionar.</p>
<p><b>Estructura de costes</b> </p> <p>Materiales para elaborar los panes. Materiales para empacarlos. Materiales de salud e higiene. Servicios comerciales (agua, electricidad, gas licuado, Internet, Telefonía). Nómina de colaboradores.</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Ventas directas.</p>		

**#PROTÉGETE PANAMÁ#** | Estudiante: Félix Aguilar  
**Carrera:** Licenciatura en Ingeniería Industrial con énfasis en Seguridad y Salud Ocupacional  
**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

### Idea Innovadora

Este proyecto tiene como objetivo primordial llevarle al pueblo panameño un poco de alegría y esperanza; como lo observamos en la figura 1, haciéndolo a través cantos y consignas de aliento para hacerles saber que no están solos y que Dios es su refugio en estos tiempos difíciles; lo que les inspira paz y descanso. Así mismo, haciendo énfasis en la importancia de protegerse y cuidarse como primer anillo de seguridad.



### El Problema

Se vive una situación muy difícil en el mundo y en Panamá por la pandemia del COVID-19, que ya ha cobrado miles de muertos y nos ha llevado a una condición de temor que ha generado en nosotros angustia, histeria, depresión y desórdenes mentales preguntándonos diariamente si seremos los próximos.

### La Solución

Se realizaron investigaciones de pandemias ocurridas en el pasado, lo que llevo a establecer analogías con esta pandemia, que al igual que la última, hace más de cien años, los especialistas de la salud no contaban con la vacuna para controlar la propagación y neutralizar los efectos de la enfermedad, por lo que se perdieron muchas vidas. La solución que promueve este proyecto nace de la idea de mitigar las consecuencias en el estado mental de las personas y de la comunidad general, brindando la sensación de acompañamiento a las comunidades más necesitadas en las barriadas de todo el territorio

nacional de Panamá, por la situación difícil que estamos viviendo hoy día sobre la pandemia a nivel mundial del COVID-19

### **Propuesta de valor**

El emprendimiento se ejecutará de la siguiente manera: Llevando hasta las barriadas música cristiana que trae esperanza al corazón lo que les permite percibir la empatía que nosotros estamos practicando en estos momentos y las buenas vibraciones que se comparten, animando así su espíritu de lucha y contra la enfermedad y a la no resignación. Se emitirán consignas en las calles, con el propósito de elevar el ánimo y la esperanza de los pobladores y vecinos. Se informará a la población, de las medidas de mitigación, como, por ejemplo, el uso de mascarillas, guantes, gorras, gafas y gel acoholado, enfatizando que el ser prudentes y precavidos nos protegerá a nosotros a las personas que nos rodean en las calles, a nuestras familias en casa y hará que las medidas impuestas por el gobierno disminuyan, reduciendo el foco de infección.

### **Socios clave**

Los principales socios de este proyecto son: el Gobierno Nacional y los Gobiernos Regionales, que brindan su apoyo a esta iniciativa. También, se cuenta con un equipo de colaboradores, animadores los cuales tienen cada uno su función específica, una llevaba una bandera como símbolo de unidad y esperanza, el otro era un zanquero cuya finalidad era de divertir a los vecinos de los barrios o barriadas que visitamos; el cual baila o se mueven simplemente para llamar la atención del público, un auto box el cual permitía que la música emitida fuera fuerte para que se pudiera disfrutar e incluía un megáfono con lo que se daban las frases de ánimo y acompañados por algunos miembros de la fuerza pública cuyo lema es proteger y servir enviándoles ese mensaje de paz y seguridad a nuestros ciudadanos.

### **Procesos clave**

Planificar las visitas a las barriadas y tramitar los permisos respectivas  
Ejecutar las visitas a las barriadas.  
Evaluar los resultados de cada visita para corregir si es necesario y mejorar.

### **Recursos clave**

Los colaboradores, animadores con diferentes destrezas (Bailarines, Artistas),  
Permisos de operación y Vehículo auto box (con buen sistema de sonido).

### **Segmento de clientes**

El proyecto va dirigido a todas las personas sin distinción de raza, religión, edad y condición social entre otros. Sin embargo, son las autoridades nacionales y regionales las que contratarán este servicio. Se realizará en la provincia de Colón, distrito de Colón con miras a expandirse a lo largo y ancho de todo el país.

## Relaciones con clientes

Las relaciones con los clientes son directas y se hacen de forma presencial, respetando las normas de bioseguridad por la pandemia, con un distanciamiento mínimo de 2 metros entre las personas, con el uso de tapa boca, guantes, gorras.

## Canales

El contacto con las autoridades, tanto regionales, como nacionales se realiza por teléfono, correo electrónico o por WhatsApp. Sin embargo, Por medio de las redes sociales se socializan imágenes y videos cortos de las visitas a las barriadas y sirven de evidencia de los efectos de las actividades en las comunidades.

## Estructura de costes








Esta iniciativa se puede iniciar con un costo aproximado de 500.00 Balboas de inversión. Los elementos de costo son:

Colaboradores. Logística de transporte.  
Logística de bioseguridad. Logística para refrigerios (cuando corresponda)

## Fuentes de Ingreso

Para llevar a cabo esta actividad se requiere de los permisos de las autoridades regionales y nacionales, pero, la actividad se desarrolla con aportes del gobierno Nacional o del Gobierno Regional.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Gobierno Nacional Gobiernos Regionales Colaboradores Fuerza de seguridad publica</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Planificar las visitas a las barriadas. Tramitar los permisos necesarios con las autoridades respectivas Ejecutar las visitas a las barriadas. Evaluar los resultados de cada visita para corregir si es necesario y mejorar.</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>Llevar hasta las barriadas de Panamá música cristiana que trae esperanza al corazón lo que les permite percibir la empatía que nosotros estamos practicando en estos momentos y las buenas vibraciones que se comparten, animando así, su espíritu de lucha y contra la enfermedad y a la no resignación.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Son directas y se hacen de forma presencial, respetando las normas de bioseguridad por la pandemia, con un distanciamiento mínimo de 2 metros entre las personas, con el uso de tapa boca, guantes, gorras.</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>El proyecto va dirigido a todas las personas sin distinción de raza, religión, edad y condición social entre otros. Sin embargo, son las autoridades nacionales y regionales las que contrataran este servicio.</p>
<p><b>Estructura de costes</b> </p> <p>Esta iniciativa se puede iniciar con un costo aproximado de 500.00 Balboas de inversión. Los elementos de costo son: Colaboradores, Logística de transporte, Logística de bioseguridad, Logística para refrigerios (cuando corresponda)</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>La actividad se desarrolla con aportes del gobierno Nacional o del Gobierno Regional.</p>		



## **DELIVERY EN BICICLETA** | Estudiante: Alexandra Mudarra

**Carrera:** Licenciatura en Administración de Empresas con énfasis en Logística y Comercio Internacional

**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

### **Idea Innovadora**

La pandemia por Covid 19 distrae a la mayoría de las personas, este nuevo virus ha cambiado la forma de cómo se podía transportar o movilizarse las personas para conseguir sus alimentos diarios, así que con esta idea de emprendimiento se pretende facilitar la entrega de productos por la pandemia, de forma muy ecológica.

La pandemia no es el único problema que enfrenta la humanidad y no todos podemos contribuir directamente con el desarrollo de vacunas, pero, podemos continuar trabajando, contribuyendo con la solución a los otros problemas que aparecen y, a la solución de cualquiera de los otros problemas que prevalecen desde la ahora llamada normalidad, como la contaminación ambiental por el consumo de combustibles fósiles.

En tal sentido, la entrega a domicilio de bienes y servicios mediante el uso de bicicletas forma parte de esa categoría de solución.



### **El Problema**

En el presente, con este nuevo virus, muchas personas mayores evitan salir de casa, para prevenir el contagio, y que pueda causarles hasta la muerte o la de sus familiares. Por otra parte, la mayoría de los adultos mayores viven solas y no tienen quien les haga el favor, de llevarle sus alimentos del consumo diario, además, los servicios de entrega a domicilio con motorizados demoran mucho tiempo y contaminan el medio ambiente.

## **La Solución**

La solución es desarrollar un emprendimiento de entrega a domicilio, organizado a través de una App con las que las personas nos localicen en la página web, redes sociales (Instagram, WhatsApp), y vía telefónica, así poder hacer una lista de los productos que requieran las personas y llevar hasta sus casas su pedido al menor tiempo posible.

## **Propuesta de valor**

La empresa prestara los servicios a todo público mayor de edad, pero, a los adultos mayores los beneficia más efectivamente ya que la mayoría viven solos y las restricciones de movilidad obstaculizan las ayudas de sus familiares, sería de gran ayuda para beneficiar a quienes más lo necesiten, en estos tiempos de pandemia, y no pueden salir de sus hogares para no contraer enfermedades. Adicionalmente por el alto costo de gasolina y la contaminación de las entregas a domicilio en vehículos a motor, más aún en motocicleta, esta iniciativa es más amigable con el medio ambiente.

## **Socios clave**

Para este negocio tendríamos como colaboradores a 3 personas por el momento, la cuales son todas familiares. Se espera incluir más colaboradores en la medida que el emprendimiento crezca.

Proveedores de servicios de Internet (ISP).

Proveedor de servicio eléctrico.

## **Procesos clave**

Mantenimiento de la App Delivery en Bicicleta

Atención de llamadas entrantes.

Notificaciones de mensajes.

Información de ubicación.

Actualización de agenda.

Mantenimiento de las bicicletas

## **Recursos clave**

Colaboradores (Ciclistas)

Aplicación Delivery en Bicicleta.

Teléfonos inteligentes.

Servicio de Internet.

Servicio de telefonía móvil.

## **Segmento de clientes**

El servicio está dirigido a un público abierto, ya que muchas personas, por el miedo de contagiarse, por ser adultos mayores o porque sufren alguna enfermedad temen salir.

## Relaciones con clientes / Canales

El contacto con los clientes se hará a través de la aplicación móvil (App Delivery en Bicicleta), así como, por medio de las redes sociales, Instagram, WhatsApp.

## Estructura de costes

Mantenimiento de página web.  
Publicidad en redes sociales.  
Servicio eléctrico.  
Servicio de Internet.

## Fuentes de Ingreso

Los ingresos provendrán de las entregas.

Precio por delivery:










\$1.50 Los locales están a 3-5 minutos para llegar a ellos, más la espera del pedido del local, y los mismos minutos para ir a entregar el pedido.

El precio cambia, dependiendo si es comida rápida o compra de vegetales, frutas, etc. ya que es más fácil llevarlos, su costo es menor.

Canales de Pago:

PayPal, Nequi, transferencia y Yappy.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>3 Colaboradores Proveedores de servicios de Internet (ISP). Proveedor de servicio eléctrico.</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Mantenimiento de la App Delivery en Bicicleta Atención de llamadas entrantes. Notificaciones de mensajes. Información de ubicación. Actualización de agenda. Mantenimiento de las bicicletas</p> <p><b>Recursos clave</b> </p> <p>Colaboradores (Ciclistas) Aplicación Delivery en Bicicleta. Teléfonos inteligentes. Servicio de Internet. Servicio de telefonía móvil.</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>A los adultos mayores los beneficia más efectivamente ya que la mayoría viven solos y las restricciones de movilidad obstaculizan las ayudas de sus familiares, sería de gran ayuda para beneficiar a quienes más lo necesiten. Reduce la contaminación de las entregas a domicilio en vehículos a motor, más aún en motocicleta, esta iniciativa es más amigable con el medio ambiente.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>El contacto con los clientes se hará a través de la aplicación móvil (App Delivery en Bicicleta), así como, por medio de las redes sociales, Instagram, WhatsApp.</p> <p><b>Canales</b> </p> <p>Internet: Aplicación móvil (App Delivery en Bicicleta), Las redes sociales, Instagram, WhatsApp.</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Público en general.</p>
<p><b>Estructura de costes</b> </p> <p>Mantenimiento de página web. Publicidad en redes sociales. Servicio eléctrico. Servicio de Internet.</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Los ingresos provendrán de las entregas. Precio por delivery: \$1.50 Los locales están a 3-5 minutos para llegar a ellos, más la espera del pedido del local, y los mismos minutos para ir a entregar el pedido. El precio cambia, dependiendo si es comida rápida o compra de vegetales, frutas, etc. ya que es más fácil llevarlos, su costo es menor. Canales de Pago: PayPal, Nequi, transferencia y Yappy.</p>		

## SERVICIOS DE ANALISIS DE PAGINAS WEB | Estudiante: Cristhian Fuentes

**Carrera:** Licenciatura en Ingeniería en Redes de Comunicaciones con énfasis en Seguridad

**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

### Idea Innovadora

El presente plan de negocios contempla la creación de una empresa de análisis de datos, en la Ciudad de Panamá, que consiste en un negocio que facilita la visualización de datos extraídos de un sitio web y que brinda al cliente información valiosa sobre el comportamiento de los productos y servicios que promociona en la página web para su análisis y toma de decisiones.

Se trata de una consultora panameña, especializada en el tratamiento de datos. Se cuenta con experiencia en el uso de herramientas que brindan los servicios necesarios, así mismo, se tiene presencia en la pequeña y mediana empresa (Pymes) de diferentes sectores. El emprendimiento se especializa en servicios de análisis de datos, tanto de diferentes tecnologías y tipos de datos, como en su tratamiento, análisis y visualización. Tomando los datos como punto de partida para acompañar a los clientes, hacia un modelo de excelencia.



### El Problema

En el mundo moderno los sitios web forman parte del quehacer diario, tanto de las empresas y organizaciones, tanto públicas como privadas, como de la sociedad en general, y ahora con la pandemia, el uso de los sitios web se ha extendido y aumentado produciendo, al mismo, tiempo un gran volumen de datos que pueden convertirse en información muy útil para la toma de decisiones.

La analítica web es un proceso que produce información a partir de los datos de uso de un sitio web como, por ejemplo, el número de visitantes, el número de visitas en un sitio web, así como, la duración media por visita, la media de páginas vistas por cada usuario, y otros datos de interés.

En un mercado globalizado y alterado por los escasos de algunos productos y servicios a causa de la pandemia, se hace necesario aprovechar y analizar todos los datos para establecer estrategias más eficientes y tomar decisiones más asertivas.

## **La Solución**

La idea planteada es el desarrollo de una empresa que se encarga de hacer un esfuerzo multidisciplinario relevante en todas las áreas de una empresa, y especialmente en la de marketing, con especial incidencia en los siguientes procesos:

A nivel general

- Conocimiento del mercado.
- Toma de decisiones.
- Planificación.
- Forecasting (pronóstico y estimación).

A nivel particular

- Anticipación de necesidades.
- Entrega de productos relevantes.
- Optimización y mejora de la experiencia del cliente.
- Personalización y servicio.
- Ahorro de costes.
- Control de la reputación.
- Lealtad del cliente.
- Mayor conversión de ventas.
- Rentabilidad publicitaria.
- Medición de ROI.

Sin embargo, desde el punto de vista de las empresas, respecto a la adopción de los diferentes tipos de análisis de datos, se basa en el negocio y de acuerdo a ello, adoptan las plataformas y tecnologías correspondientes que mejor se adapten a sus necesidades comerciales. Los diferentes tipos de análisis de datos y las técnicas y tecnologías disponibles para ayudar a responder a las siguientes preguntas sobre el negocio son:

- ¿Qué paso?
- ¿Por qué paso?
- ¿Cómo predecir lo que pasará?
- ¿Qué es lo que debería hacer?
- ¿Cuál es el camino óptimo?

## **Propuesta de valor**

Es una empresa que busca ayudar a los empresarios y profesionales en la recolección de datos de una página web, a la que están autorizados a acceder, con la finalidad de tomar decisiones de productos para mejorar sus procesos, como las ventas y descartar de las páginas web productos que no generan ganancias o cualquier otro cambio beneficioso, cambiar estrategias. Que puede generar informes visuales y estadísticos con herramientas como Excel.

## **Socios clave**

Los socios claves son:  
El proveedor de Internet.  
Google Analítica y sus herramientas.

## **Procesos clave**

- Mantenimiento de la página web.
- Captación de nuevos clientes.
- Forecasting.
- Análisis de datos y preparación de informes.

## **Recursos clave**

- Páginas web.
- Personal capacitado.
- Confidencialidad y ética profesional con los datos que se obtienen.

## **Segmento de clientes**

Los clientes a los que se enfoca este emprendimiento son los profesionales y dueños de Pequeñas o Medianas Empresas (Pymes) de diferentes sectores de actividad, que tengan páginas web.

## **Relaciones con clientes / Canales**

Los canales principales que se utilizarán son el Internet y redes sociales. La relación con el cliente sería de convencerlo de que los datos que se obtengan de la analítica aplicada y se le suministren son de valor para la mejora continua de su desempeño o la de su organización.

## **Estructura de costes**

Es importante destacar que, de acuerdo a los resultados del análisis financiero de este emprendimiento la inversión inicial es muy baja, ya que se utiliza inicialmente herramientas informáticas gratuitas como Google Analytics y Google Sites. No obstante,










se requiere de una computadora y una buena conexión a Internet, así como del servicio eléctrico respectivo.

La estimación de costos se hará inicialmente mediante contrato de consultoría buscando adaptar a la necesidad del cliente, pero se podrían calcular mensualmente porque se busca primero realizar un estudio de ventas.

## Fuentes de Ingreso

Los ingresos se generarán a partir de la prestación de servicios profesionales por contrato y se recibirán mediante asociaciones de PayPal si es en caso internacional y si es local mediante el servicio de banca en línea de los bancos.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios Clave</b> </p> <p>Los socios claves serán en este caso las amistades y compañeros de trabajo.</p> <p>También se puede buscar inversión con personas que quieren comprar acciones de la empresa.</p>	<p><b>Actividades Clave</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener personal capacitado.</li> <li>• Tener atención al cliente.</li> <li>• Se honesto con el trabajo realizado y mantener la confidencialidad.</li> </ul>	<p><b>Propuesta de Valor</b> </p> <p>Es una empresa que busca ayudar a la recolección de datos de su página web con la finalidad de tomar decisiones de productos para mejorar las ventas y descartar de esta página web productos que no están produciendo y poder cambiar estrategias. Que puede generar informes visuales y estadísticos con herramientas como Excel.</p>	<p><b>Relación con Clientes</b> </p> <p>La relación con el cliente sería de darle confianza de que los datos que se están obteniendo son de valor para la mejora continua.</p>	<p><b>Segmentos De Clientes</b> </p> <p>Los clientes que se buscan son los de Pequeña y Mediana Empresa (Pymes) de diferentes sectores de actividad, que tengan páginas web.</p>	
<p><b>Recursos Clave</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Páginas web.</li> <li>• Personal capacitado.</li> <li>• Confidencialidad y ética profesional con los datos que se obtienen.</li> </ul>		<p><b>Canales</b> </p> <p>Los canales principales que se utilizan sería el internet y redes sociales.</p>			
<p><b>Estructura De Costos</b> </p> <p>La estimación de costos se podría hacer mediante contrato de consultoría buscando adaptar a la necesidad del cliente pero se podrían calcular mensualmente porque se busca primero realizar un estudio de ventas.</p>			<p><b>Fuente De Ingresos</b> </p> <p>Los ingresos se recibirán mediante asociaciones de PayPal si es en caso internacional y si es local mediante el servicio de banca en línea de los bancos.</p>		

**VISOR & MASK** | Estudiante: Nahery Callender  
**Carrera:** Licenciatura en Contabilidad y Finanzas  
**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

**Idea Innovadora**

Nuestra protección debe ser una prioridad en esta difícil situación en la que nos encontramos. Es por ello que creamos una mascarilla adaptable que nos proteja de forma completa y segura. La nueva normalidad a la que nos enfrentamos demanda que nos protejamos, esto lo hace obligatorio. Este producto es esencial para toda la familia, pues todos estamos expuestos a infectarnos con este enemigo mortal (Covid-19).

El bienestar de las familias representa y es lo más importante para todos. Lamentablemente hasta que la situación cambie y se encuentre una cura, no se podrá circular en la calle con total libertad como lo era antes. Por esto es responsabilidad de todos velar y mantenerse a salvo de este enemigo que nos ha privado de lo más preciado, la libertad. El uso de esta mascarilla visor provee al usuario una mayor protección y comodidad ante la transición hacia la nueva normalidad que enfrenta la humanidad.



**El Problema**

La causa principal que nos impulsa se debe a que las autoridades gubernamentales implementaron medidas que se deben adoptar para regresar a la vida cotidiana. La transición hacia una nueva normalidad a la que se enfrenta, demanda que los ciudadanos deben protegerse, esto lo hace obligatorio para todos, y en particular, para quienes deben ejercer sus funciones en la calle.



Este virus ha traído consigo muchos sin sabores, por eso, se ha encontrado una forma de hacerle frente. Cada día la amenaza del coronavirus Covid 19 se vuelve más fuerte y peligroso. Es así como, salir a la calle conlleva a exponerse y ser presas de este gran enemigo. Se ha producido una gran demanda de mascarillas y visores, ya que la mascarilla se ha vuelto totalmente obligatoria y el visor protege además la vista y el rostro, situación muy deseable. Además, no portar una mascarilla no solo representa vulnerabilidad sino motivo de sanciones policiales.

## **La Solución**

Pensando en la necesidad de una mascarilla que brinde mayor protección, se creó esta mascarilla con visor, hecha con materiales desechables. Su interior posee un espacio para colocar un filtro desechable, el cual se puede cambiar cada cinco veces que sea utilizado, de acuerdo con las recomendaciones de los expertos de la OMS. Este puede ser un trozo de papel toalla o filtro de café. Su innovador protector facial adaptable, permite ser montado y desmontado en cualquier momento para la comodidad y protección del usuario.

## **Propuesta de valor**

Esta mascarilla con visor ofrece protección dual integrada, además, como su interior posee un espacio para colocar un filtro desechable, este puede retirarse, al igual que el visor, para lavar la mascarilla, lo cual la hace más reusable e higiénica, duradera y económica. Además, la fabricación con materiales reutilizables, lavables, contribuye al cuidado de nuestro medio ambiente.

De esta forma estamos seguros que el uso de esta y no de cualquier mascarilla nos abre una puerta para ofrecer nuestro producto.

## **Socios clave**

Los colaboradores (familiares y amigos).

## **Procesos clave**

Adquisición de telas y otros materiales.

Confección de las mascarillas.

Promoción de las mascarillas.

Venta de las mascarillas.

## **Recursos clave**

Bolsas de tela reusable.

Máquina de coser.

Materiales de corte y costura (hilo de coser y otros).

Servicio eléctrico.

Servicio de Internet.

Colaboradores.

## Segmento de clientes

El producto Visor & Mask está dirigida a todas las personas entre 2 años en adelante. Posteriormente se pretende expandir el segmento a empresas y organizaciones interesadas.

## Relaciones con clientes / Canales

Mantener contacto con los clientes por las redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, otras.  
Promociones.






## Estructura de costes

Compra de Materiales.  
Pago a colaboradores.  
Servicio eléctrico.  
Servicio de Internet.

## Fuentes de Ingreso

Transferencias bancarias.  
Yappy.  
Depósitos a la cuenta.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Los colaboradores (familiares)</p> <p>Amigos</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Adquisición de telas y otros materiales Confección de las mascarillas Promoción de la mascarillas Venta de las mascarillas</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>Protección dual integrada En su interior posee un espacio para colocar un filtro desechable. Filtro y visor puede retirarse para lavar la mascarilla. Reusable e higiénica, duradera y económica. Amigable con el medio ambiente.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Redes sociales Promociones</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Todas las personas a partir de los 2 años</p> <p>Posteriormente se pretende expandir el segmento a empresas y organizaciones interesadas.</p>
<p><b>Estructura de costes</b></p> <p>Compra de Materiales Pago a colaboradores Servicio eléctrico Servicio de Internet</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b></p> <p>Transferencias bancarias Yappy Depósitos a la cuenta</p>		

**FREE ZONE MARKET** | Estudiante: Fernando Vergara  
**Carrera:** Licenciatura en Ingeniería Industrial con énfasis en Seguridad y Salud Ocupacional  
**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

**Idea Innovadora**

La idea principal de este emprendimiento es la creación de una plataforma virtual para la venta en línea, enfocada a darle la oportunidad a todas las empresas que operan actualmente dentro de la zona libre de Colón, permitiendo que cada uno cree un perfil dentro de la plataforma y expongan a manera de vitrina virtual los productos que vendan cada uno.

Esta plataforma se desarrollará en un formato WordPress, que utiliza un lenguaje de programación PHP, también se apoyará con la plataforma Shopify, para crear lo que son los catálogos en línea, integrando así dos de las más grandes plataformas para la creación de página web y ventas en línea., esta plataforma utilizaría sistema de pago en línea como PayPal u otros sistemas como Visa, MasterCard ofrecidos por el banco en cual se vaya a utilizar.



**El Problema**

La problemática que inspiró la creación de este emprendimiento se debe a que, a finales del 2019 las ventas online habían incrementado en un 8%, pero para lo que va del año 2020 esta cifra se ha multiplicado de manera significativa, este fenómeno se debe a la crisis global que estamos viviendo por el Covid-19, lo que nos indica que este es el momento de hacer una transición de las ventas normales a las ventas en línea.

Es el momento de reemplazar el showroom y los vendedores, por una laptop y una página web o las redes sociales. actualmente la zona libre como la mayoría de las empresas a nivel mundial están presentando dificultades para mantenerse a flote y más aquellas que son empresas que se dedican a ventas de artículos, por el actual problema que existe con el virus Covid-19, muchas de estas empresas se mantienen cerradas y al no tener una plataforma de ventas en línea qué es la forma de funcionar más adecuada por esta situación, están perdiendo dinero.

## **La Solución**

Esta plataforma les brinda la oportunidad a las empresas dentro de la Zona Libre de Colon, de crear un perfil y publicar sus productos para la venta, en este sentido Free Zone Market no tendrá ningún tipo de injerencia en las ventas de las empresas, ya que esta transacción se llevará a cabo entre el cliente y la empresa, tampoco se manejan los inventarios de mercancía, solo se brindará la plataforma para que las empresas muestren sus productos a través de un kiosko online, creado por ellos mismos y administrados por las mismas empresas

En tal sentido, el modelo de negocio será el e commerce, el cual se enfoca en lo que es el comercio online o Comercio electrónico, más que nada nos enfocaremos en la ventas en internet con unas proyecciones a futuro altísimas ya que debido a los acontecimientos que han sufrido últimamente a nivel mundial, el modelo de negocio por internet sería el más efectivo ya que por muchas restricciones que existen y que se impondrán aproximadamente en los próximos dos años le sería más fácil a los clientes entrar a una página o a una plataforma de internet y hacer sus negocios por medio de esta, en nuestro caso sería las ventas online.

Así mismo, la pandemia ha dejado sin actividad comercial a la mayoría de los empresarios de la zona franca de Colon, por lo cual el timing para emprender un proyecto como este es el más adecuado y el escenario no podría ser más oportuno, es un momento en la que hay que enfocar las ventas en un formato en línea, las empresas que más han obtenido beneficios durante este tiempo son las que se dedican al e commerce, por esto se afirma que el timing es el más adecuado para emprender este tipo de proyectos.

El proyecto cuenta con un grupo de personas preparadas en lo que es el desarrollo y la programación web, ingenieros en sistemas y programación, especialistas en marketin digital, diseñadores gráficos, ejecutivos de ventas, entre otros socios emprendedores.

## **Propuesta de valor**

Free Zone Market, es una plataforma para la venta al por mayor y menor en línea, enfocada a promocionar las más de 3 mil empresas que operan desde la Zona Libre de Colón, sería el Alibaba panameño.

Para él envío de la mercancía se puede acceder a 2 opciones, según disposición del cliente:  
 1- Envío por la propia empresa a la cual el cliente le realizaría la compra, esto en caso de que el cliente realice una compra grande y valla a hacer un solo envío, ya sea terrestre, marítimo o aéreo.

2- Envío por medio de una consolidadora de carga, las cuales deberán estar afiliadas a la plataforma, este medio serio en el caso de que el cliente realice compras en varias empresas y el mismo necesite hacer un solo envío, en este caso las empresas transfieren la mercancía a la consolidadora y esta realiza un solo envío al reunir las compras que el cliente realice.

Las ventajas que presenta este proyecto son muchas, ya que esta idea busca crear nuevos mercados para las ventas, busca atraer nuevos clientes, incrementar las ventas y está orientada a lo que es un proceso apropiado para la llamada “nueva normalidad” como se ha dado por llamar el futuro inmediato, a través del comercio electrónico o e commers.

El proyecto cuenta con un grupo de personas preparadas en lo que es el desarrollo el desarrollo o programación web, ingenieros en sistemas y programación, especialistas en marketin digital, diseñadores gráficos, ejecutivos de ventas, entre otros socios emprendedores.

### **Socios clave**

Proveedor de Internet.

Proveedor de servicio de soporte de página web.

Proveedor de servicio eléctrico.

### **Procesos clave**

Desarrollo y mantenimiento de la aplicación.

Soporte técnico a los usuarios.

Registro de los usuarios en Free Zone Market.

Atención a las solicitudes de los usuarios.

Contratación de los servicios a los empresarios ZLC.

### **Recursos clave**

Aplicación Free Zone Market.

Guía de empresas de la zona libre de Colón.

Internet.

Colaboradores.

### **Segmento de clientes**

Los clientes potenciales serían los empresarios de las más de 3 mil empresas que operan dentro de la Zona Libre de Colón, las cuales se espera sean atraídos por esta gran oportunidad de negocio.

### **Relaciones con clientes / Canales**

Se mantendrá contacto con los clientes a través de las distintas redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter y YouTube) para mantener la relación con los usuarios, brindándoles información sobre oportunidades.

También se habilitarán canales por telefonía móvil e Internet (Zoom, Meet, otros).









## Estructura de costes

Servicio eléctrico.  
 Servicios de Internet.  
 Mantenimiento de la aplicación.  
 Publicidad.  
 Colaboradores.

## Fuentes de Ingreso

Ventas de espacios publicitario.  
 Contratos con empresas privadas ligadas al sector comercial de la Zona Libre de Colon.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Proveedor de Internet.                  Proveedor de servicio de soporte de página web.                  Proveedor de servicio eléctrico.</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Desarrollo y mantenimiento de la aplicación.                  Soporte técnico a los usuarios.                  Registro de los usuarios en Free Zone Market.                  Atención a las solicitudes de los usuarios.                  Contratación de los servicios a los empresarios ZLC.</p> <p><b>Recursos clave</b> </p> <p>Aplicación Free Zone Market.                  Guía de empresas de la zona libre de Colon.                  Internet.                  Colaboradores.</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>Las ventajas que presenta este proyecto son muchas, ya que esta idea busca crear nuevos mercados para las ventas, busca atraer nuevos clientes, incrementar las ventas y está orientada al comercio electrónico.                  Para él envío de la mercancía se puede acceder a 2 opciones, según disposición del cliente:                  1- Envío por la propia empresa a la cual el cliente le realizaría la compra                  2- Envío por medio de una consolidadora de carga, las cuales deberán estar afiliadas a la plataforma,</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>A través de las distintas redes brindándoles información sobre oportunidades.</p> <p><b>Canales</b> </p> <p>redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter y YouTube)                  También se habilitarán canales por telefonía móvil e Internet</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Los clientes potenciales serían los empresarios de las más de 3 mil empresas que operan dentro de la Zona Libre de Colón</p>
<p><b>Estructura de costes</b></p> <p>Servicio eléctrico.                  Servicios de Internet.                  Mantenimiento de la aplicación.                  Publicidad.                  Colaboradores.</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Ventas de espacios publicitario.                  Contratos con empresas privadas ligadas al sector comercial de la Zona Libre de Colon.</p>		

**TEQUE GOURMET** | Estudiante: Lilianys Infante

**Carrera:** Licenciatura en Ingeniería en Redes de Comunicaciones con énfasis en Seguridad

**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

### Idea Innovadora

Teque Gourmet es una empresa joven que se dedica a la elaboración y comercialización de tequeños dulces, rellenos de chocolate, arequipe o nutella, y salados, rellenos queso, siendo ésta la marca bandera.

La Misión de Teque Gourmet consiste en ser una empresa de las mejores empresas líder en la venta de tequeños, brindando calidad, variedad, satisfacción y buen gusto a todos nuestros consumidores, con nuestra gran variedad de sabores en los tequeños.

La Visión consiste en elaborar y comercializar tequeños dulces y salados para su consumo inmediato, cumpliendo con estándares de calidad, llegando a nuestros clientes, bajo los canales de ventas de más fácil accesibilidad.



INTEGRANTE:

*Lilianys Infante*

### El Problema

Ante la crisis por la pandemia por Covid 19, el mundo presenta problemas en la producción de alimentos y esta situación se agrava con el transcurrir del tiempo, mientras cada vez más empresas cierran sus puertas y los trabajadores abandonan sus puestos de trabajo con contratos suspendido o terminados. Se hace entonces, cada vez más necesario crear nuevos puestos de trabajo directos e indirectos para ayudar a reactivar la economía y a su vez generar un producto de calidad indiscutible.

## **La Solución**

Teque Gourmet es una nueva fuente de trabajo directo e indirecto para varias familias, El objetivo de la empresa es generar un producto de calidad, satisfacer necesidades, crear experiencias, satisfacer antojos; solucionar desayunos, meriendas, cenas, reuniones y fiestas entre otros, además de crecer, diversificar riesgos y crecer a largo plazo implementando nuevos socios franquiciados, ofreciendo así un servicio de calidad, logrando la satisfacción total de los clientes finales.

## **Propuesta de valor**

Lo que hace diferente Teque gourmet de otras empresas competidoras es su atención al público, su variedad y las promociones. Teque gourmet es una marca que ofrece tequeños elaborados con harina, estos tequeños tienen 3 variedades y sabores y, a su vez, cuenta con 3 presentaciones 6, 30 y 100 unidades. Es un emprendimiento con atención personalizada, donde el cliente puede obtener una alternativa de snack ligero, económico y rico. Por otro lado, es un producto elaborado para aquellas personas que consuman snack y requieran productos rápidos y sanos para todo tipo de ocasión.

## **Socios clave**

Fábricas de harina de trigo.  
Supermercados.  
Colaboradores.  
Empresa del servicio de gas doméstico.  
Delivery que realice las entregas.

## **Procesos clave**

Compra de materiales.  
Compra de harina.  
Elaboración de los tequeños.  
Recepción de pedidos.  
Despacho de pedidos.

## **Recursos clave**

Instalación - Tienda física.  
Plataforma virtual.  
Materiales.  
Empaques  
Maquinaria y equipos de cocina.  
Servicio de gas para la cocina.  
Servicio de electricidad.  
Servicio de Internet.



## Segmento de clientes

Público en general de todas las edades.  
 Clientes que deseen degustar nuestros tequeños.

## Relaciones con clientes / Canales

Los productos teque gourmet estará presente en redes sociales: Facebook, Instagram, WhatsApp.










## Estructura de costes

Costos de los ingredientes.  
 Costos de las cajas de presentación para los tequeños.  
 Elaboración de los tequeños.  
 Servicio de Internet.  
 Servicio de gas doméstico.

## Fuentes de Ingreso

Venta directa en sitio con efectivo, transferencias bancarias o por punto de venta.  
 Ventas a través del sitio web.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Fábricas de harina de trigo.                  Supermercados.                  Colaboradores.                  Empresa del servicio de gas doméstico.                  Delivery que realice las entregas.</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Compra de materiales.                  Compre de harina.                  Elaboración de los tequeños.                  Recepción de pedidos.                  Despacho de pedidos.</p> <p><b>Recursos clave</b> </p> <p>Instalación - Tienda                  Plataforma virtual.                  Materiales.                  Empaques                  Maquinaria y equipos de cocina.                  Servicio de gas para la cocina.                  Servicio de electricidad.                  Servicio de Internet.</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>Se distingue por su atención al público, su variedad y las promociones. Teque gourmet es una marca que ofrece tequeños que tienen 3 variedades y sabores y, a su vez, cuenta con 3 presentaciones 6, 30 y 100 unidades, con atención personalizada, y una alternativa de snack ligero, económico y rico.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Presencia en redes sociales:                  promociones</p> <p><b>Canales</b> </p> <p>Facebook                  Instagram                  WhatsApp</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Público en general de todas las edades                  Clientes que deseen degustar tequeños.</p>
<p><b>Estructura de costes</b> </p> <p>Costos de los ingredientes                  Costos de las cajas de presentación para los tequeños                  Elaboración de los tequeños                  Servicio de Internet                  Servicio de gas domestico</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Venta directa en sitio con efectivo, transferencias bancarias o por punto de venta.                  Ventas a través del sitio web.</p>		

## **RECICLAJE DE PRODUCTOS PARA CUIDAR EL MEDIO AMBIENTE** | Estudiante: Daniel González

**Carrera:** Licenciatura en Ingeniería Industrial con énfasis en Gestión de Operaciones

**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

### **Idea Innovadora**

Reciclar es una de las actividades más eficaces en el logro de la reutilización óptima de elementos no degradables. Su importancia radica, entre otras razones, en el aporte anticontaminante y pro ambiental que implica, además de constituirse como alternativa económica de comunidades desfavorecidas y con pocas oportunidades de percibir ingresos económicos en otras actividades. El uso inadecuado y explotador de fuentes naturales conlleva a considerar los procesos de reciclaje como una solución factible y económica a los problemas de abastecimiento de recursos naturales necesarios en las diferentes actividades industriales, comerciales y económicas. Establecer un modelo de emprendimiento, basado en los procesos y organización empresarial, que además, impulsen la reutilización de productos desechables reutilizables, como el plásticos que impliquen calidad, solvente requerimientos de demanda, minimice el deterioro del medio ambiente, ofrezca elementos competitivos a menor precio, se constituyan como opción laboral para un sector de la población y contribuyan al escenario de un mundo mejor, debe ser cada día más frecuente y su permanencia estará ligada al compromiso y convicción que la organización y su liderazgo otorgue al reciclaje y al aporte que ella brinde al logro de una cultura eco eficiente, recicladora y preservadora de fuentes naturales.

## MODELO DE NEGOCIO DE LA EMPRESA DE RECILAJE BIO AMBIENTAL S.A.

Consiste en generar empleo e ingresos en una comunidad  
caracterizada por el desempleo y la pobreza

**Comunidad**

**Inculcar a los más pequeños**

**Fuentes de empleo**

PRESENTADO POR: DANIEL A. GONZÁLEZ G.

## **El Problema**

Panamá es una ciudad que carece de conciencia ciudadana para el cuidado del medio ambiente, por ello surge la necesidad de crear conciencia en las familias de recolectar y apartar material reciclable para luego ser vendido y procesado a través de empresas que se dediquen a esta importante labor.

Teniendo en cuenta que el reciclaje es la obtención de materias primas a partir de los desechos, para introducirlos a un nuevo ciclo de vida y así eliminar los desechos que no se necesitan. Es necesario impartir conciencia en los ciudadanos para que implementen el reciclaje. La tarea de cada persona es en el lugar donde se encuentre hacer buen uso de los recursos naturales, y cooperar con el reciclaje. Para ello se hace necesario crear una empresa distribuidora de material reciclable en la ciudad.

## **La Solución**

El Proyecto consiste en crear una empresa de Reciclaje, que contribuya a generar empleo e ingresos en una comunidad caracterizada por el desempleo y la pobreza, mediante el aprovechamiento productivo de los residuos reciclables, razón por la cual estaría integrada preferiblemente por jóvenes y jefes de familia. El proyecto ofrecerá, además, una solución sostenible a los problemas de salud ambiental generados por un manejo inadecuado de los residuos sólidos.

Reciclar en casa supone preservar el medio ambiente y algo tan importante como ayudar a la creación y al mantenimiento de puestos de trabajo. Porque el proceso de reciclaje de residuos necesita de empresas y personas trabajadoras que recojan los distintos materiales y los clasifiquen.

## **Propuesta de valor**

El proyecto denominado Empresa de Reciclaje Bio Ambiental S.A, pretende recuperar mediante reciclaje manual y mecánico los residuos sólidos generados en las comunidades, bajo estándares de calidad que les proporcionarán un valor agregado y en efecto mayor competitividad en el mercado.

## **Socios clave**

Empresas que generan cantidades de desechos sólidos.

Ciudadanos que desean reciclar desechos sólidos.

Gobiernos regionales.

Gobierno nacional.

Autoridad Nacional de los servicios Públicos ASEP.

## **Procesos clave**

Charlas para generar conciencia a los ciudadanos y a las empresas de la importancia y formas de reciclar desechos sólidos.

Recoger adecuadamente los desechos sólidos.

Reciclaje manual de los desechos sólidos.  
Reciclaje mecánico de los desechos sólidos.  
Venta de materia prima reciclada.

### **Recursos clave**

Colaboradores.  
Galeras.  
Ciudadanos, miembros de las comunidades.  
Desechos sólidos.  
Maquinaria.  
Servicio eléctrico.  
Internet.

### **Segmento de clientes**

Empresas que utilizan en su cadena de producción, materia prima reciclada.  
Personas que individualmente o en sociedad crean productos a partir de materia prima reciclada.

### **Relaciones con clientes / Canales**

La comunicación con los clientes se hará con las redes sociales:

Twitter  
Facebook  
Instagram  
WhatsApp  
Correo electrónico  
Y otras

También, se hará uso de los sistemas telefónicos móviles.






### **Estructura de costes**

Colaboradores.  
Proveedores.  
Servicio eléctrico.  
Servicio de agua.  
Servicio de Internet.

### **Fuentes de Ingreso**

Ventas de material reciclado.  
Venta de objetos hechos con materiales reciclados

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Empresas que generan cantidades de desechos sólidos.</p> <p>Ciudadanos que desean reciclar desechos sólidos.</p> <p>Gobiernos regionales.</p> <p>Gobierno nacional.</p> <p>Autoridad Nacional de los servicios Públicos ASEP.</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Charlas para generar conciencia a los ciudadanos de reciclar</p> <p>Recoger los desechos sólidos.</p> <p>Reciclaje manual y mecánico de los desechos sólidos.</p> <p>Venta de materia prima reciclada.</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>El proyecto denominado Empresa de Reciclaje Bio Ambiental S.A, pretende recuperar mediante reciclaje manual y mecánico los residuos sólidos generados en las comunidades, bajo estándares de calidad que les proporcionarán un valor agregado y en efecto mayor competitividad en el mercado.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>La comunicación con los clientes se hará con las redes sociales.</p> <p>También, se hará uso de los sistemas telefónicos móviles.</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Empresas que utilizan en su cadena de producción, materia prima reciclada.</p> <p>Personas que individualmente o en sociedad crean productos a partir de materia prima reciclada.</p>
<p><b>Estructura de costes</b></p> <p>Colaboradores.</p> <p>Proveedores.</p> <p>Servicio eléctrico.</p> <p>Servicio de agua.</p> <p>Servicio de Internet</p>	<p><b>Fuentes de ingresos</b></p> <p>Ventas de material reciclado.</p>			

**KETO LOVER** | Estudiante: Arlene De Beer  
**Carrera:** Licenciatura en Ingeniería Industrial con Énfasis en Gestión de Operaciones  
**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

### Idea Innovadora

Esta idea consiste en un restaurante basado en un menú de alternativas al mejor estilo de la dieta Keto. La dieta cetogénica o dieta Keto, consiste en una alimentación baja en hidratos de carbono y rica en grasas. Esta dieta implica reducir los carbohidratos de forma drástica y reemplazarlos por grasas. Poder ofrecer más alternativas a las personas que llevan este estilo de vida, pero sin alterar en exceso el sabor de las comidas y poderles brindar los productos a un precio adecuado.

También, contar con un menú variado para niños y adultos que lleven este estilo de vida pero que se puede adaptar para personas que sufren de enfermedades crónicas como: diabetes o hipertensión.



### El Problema

De acuerdo con la Caja del Seguro Social (CSS), La obesidad es considerada como un problema de salud global, el cual se ha ido incrementado en los últimos años, prueba de ello, los informes revelados en el Censo de Salud Preventiva destacan que un 46 % por ciento de la población panameña, que supera los 40 años, padece algún grado de sobrepeso u obesidad.

Se estima que en el mundo existen más de 2 mil millones de personas, mayores de 18 años, con sobrepeso y más de 600 millones tienen obesidad, lo que ha llevado a la Organización Mundial de la Salud (OMS) a identificarla como una epidemia mundial.

Durante 2013, el Ministerio de Salud (Minsa) registró un total de 49.436 personas con problemas de obesidad, de las cuales, 34.620 son mujeres y 14.816 son hombres.

Existen muchas dietas y estilos de cocina que permiten bajar de peso, el estilo Keto o dieta cetogénica es una de ellas.

En Panamá existe una gran diversidad de restaurantes de una amplia variedad gastronómica, pero la mayoría no están enfocados en ofrecer alternativas completamente saludables, ya que la mayor oferta se desvía hacia la tendencia de comida “chatarra” y no están comprometidos en incluir dentro de sus ofertas de comida, alguna opción que promueva una dieta saludable, sin embargo, si se descomponen los ingredientes que contienen sus platos, es posible encontrar opciones con elevado nivel de sodio, azúcares, preservantes, entre otros.

## **La Solución**

KETO LOVER busca ser un restaurante reconocido y preferido a nivel nacional, con un equipo de trabajo sólido y profesional, ofreciéndole al consumidor productos saludables y de la mejor calidad, con un estilo reconocido, que satisfagan.

Ubicado en Costa del Este, optimiza el arrendamiento de un local comercial donde, además, funcionan, una venta de insumos y una pastelería, de los mismos socios.

## **Propuesta de valor**

Ofrecer comida sana en base a ingredientes propios de una dieta cetogénica o dieta Keto:  
Carnes de res, cerdo, aves de corral.

Huevos, Mantequillas de frutos secos.

Marisco (gambas, mejillones, ostras, langosta y cangrejos).

Aguacate, Arándanos, Frambuesas, Fresas.

Ajo, Brócoli, Calabacín, Canónigos, Col (repollo).

No utilizar estos ingredientes:

Refrescos azucarados.

Arroz.

Pasta.

Cereales.

Maíz.

Harina de trigo y avena.

Pan y bollería industrial.

Patatas y legumbres.

## **Socios clave**

Colaboradores (familia).

Merca Panama.

Supermercados.  
Servicio eléctrico.  
Servicio de Internet.  
Servicio de gas doméstico.  
IDAN.

### **Procesos clave**

Compra de insumos.  
Mantenimiento del local.  
Cocinar los productos.  
Atención al cliente.  
Entrega a domicilio.

### **Recursos clave**

Alimentos o insumos de cocina.  
Local físico.  
Utensilios de cocina.  
Gas doméstico.  
Electricidad.  
Internet.  
Sitio web y redes sociales.

### **Segmento de clientes**

Público interesado en consumir alimentos sanos preparados al estilo Keto.

### **Relaciones con clientes / Canales**

Promociones en diferentes redes sociales, como: Facebook, YouTube, Instagram, entre otras.  
Publicidad y promociones mediante volanteo en las calles

### **Estructura de costes**










Servicio de gas doméstico.  
Servicio de electricidad.  
Servicio de agua potable.  
Servicio de Internet  
Colaboradores.  
Alimentos.  
Publicidad.  
Local comercial.



## Fuentes de Ingreso

Ventas directas.  
Ventas a domicilio, a través del sitio web.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Colaboradores (familia). Merca Panama. Supermercados. Servicio eléctrico. Servicio de Internet. Servicio de gas doméstico. IDAN.</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Compra de insumos. Mantenimiento del local. Cocinar los productos. Atención al cliente. Entrega a domicilio.</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>Ofrecer comida sana en base a ingredientes propios de una dieta cetogénica o dieta Keto: Carnes de res, cerdo, aves de corral. Huevos, Mantequillas de frutos secos. Marisco (gambas, mejillones, ostras, langosta y cangrejos). Aguacate, Arándanos, Frambuesas, Fresas. Ajo, Brócoli, Calabacín, Canónigos, Col (repollo).</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Las redes sociales: Publicidad y promociones mediante volanteo en las calles</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Público interesado en consumir alimentos sanos preparados al estilo Keto.</p>
<p><b>Recursos clave</b> </p> <p>Alimentos o insumos Cocina. Local físico. Utensilios de cocina. Gas doméstico. Electricidad. Internet. Sitio web y redes sociales.</p>		<p><b>Canales</b> </p> <p>Las redes sociales: Facebook YouTube Twitter Instagram</p>		
<p><b>Estructura de costes</b> </p> <p>Servicio de gas doméstico. Servicio de electricidad. Servicio de agua potable. Servicio de Internet Colaboradores. Alimentos. Publicidad. Local comercial.</p>			<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Ventas directas. Ventas a domicilio, a través del sitio Web.</p>	

## **COSMETICS´S SANDY** | Estudiante: Jonathan Pineda

**Carrera:** Licenciatura en Ingeniería Industrial con énfasis en Gestión de Operaciones

**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

### **Idea Innovadora**

La cosmética natural es una de las grandes tendencias del sector cosmético. Desde hace unos años esta categoría de productos, como cosmética bio, cosmética ecológica, cosmética natural, ha crecido sin descanso a nivel mundial, tanto en número de ventas, como en cuota de mercado respecto a los artículos convencionales.



### **El Problema**

La cosmética engloba todos los cosméticos, muchos de estos productos contienen conservantes artificiales, componentes químicos, perfumes sintéticos, aditivos, y, en ocasiones algún tipo de tóxico o producto perjudicial para la salud o para el medio ambiente. Además, muchos cosméticos están testados en animales y no son adecuados para personas con problemas y enfermedades cutáneas, afectando la piel.

### **La Solución**

La idea Innovadora de esta propuesta es sobre productos de una línea de cosméticos a base de ingredientes naturales para aquellas personas que deseen tener un buen aspecto personal, que contará con cosméticos como: Mascarilla para el cutis que hidrata, mascarilla para el cabello que hidrata y desodorante.

Los cosméticos que realmente son naturales utilizan componentes que son lo más parecido a la composición de la piel de cada persona. Esto hace que sean mucho más sanos y ayuden a la salud y cuidado de la piel, preparados con 100% de aceites vegetales puros, aceites esenciales, principios activos (extractos de plantas), 100% libre de conservantes sintéticos, colorantes, fragancias.

### **Propuesta de valor**

Estos cosméticos son más económicos y naturales favoreciendo el cuidado de la piel y buen aspecto personal. Con componentes como las enzimas, proteínas, componentes antienvjecimiento, evita aumentar las células cancerígenas. La cosmética natural engloba todos los cosméticos producidos con materias primas procedentes de plantas y minerales. Estos productos no contienen conservantes artificiales, componentes químicos, perfumes sintéticos, aditivos, ni ningún tipo de tóxico o producto perjudicial para la salud ni el medio ambiente. Los cosméticos naturales no se prueban en animales y son adecuados para personas con problemas y enfermedades cutáneas ya que, por ser naturales, son mucho más amigables con la piel.

### **Socios clave**

Proveedores de ingredientes naturales.  
Ministerio de Industria y Comercio (MINSA).  
Proveedor de servicio de Internet.

### **Procesos clave**

Adquisición de insumos.  
Producción de los cosméticos.  
Publicidad.

### **Recursos clave**

Tecnología.  
Colaboradores.  
Infraestructura.

### **Segmento de clientes**

Damas y caballeros entre 14 años y 60 años.

### **Relaciones con clientes / Canales**

Se pueden realizar a través de las redes sociales  
Instagram.  
WhatsApp.  
Facebook.










## Estructura de costes

Producción.  
Materiales.  
Colaboradores.  
Publicidad.

## Fuentes de Ingreso

Deposito en cuenta bancaria.  
Efectivo.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Proveedores de ingredientes naturales.</p> <p>Ministerio de Industria y Comercio (MINSa).</p> <p>Proveedor de servicio de Internet.</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Adquisición de insumos.</p> <p>Producción de los cosméticos.</p> <p>Publicidad.</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>Los cosméticos son más económicos y naturales favoreciendo el cuidado de la piel y buen aspecto personal. Con componentes como las enzimas, proteínas, componentes antienvjecimiento, evita aumentar las células cancerígenas.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Se pueden realizar a través de las redes sociales. Promoción en la redes sociales.</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Damas y caballeros entre 14 años y 60 años.</p>
<p><b>Recursos clave</b> </p> <p>Tecnología.</p> <p>Colaboradores.</p> <p>Infraestructura.</p>		<p><b>Canales</b> </p> <p>Instagram.</p> <p>WhatsApp.</p> <p>Facebook.</p> <p>Correo electrónico.</p>		
<p><b>Estructura de costes</b> </p> <p>Producción.</p> <p>Materiales.</p> <p>Colaboradores.</p> <p>Publicidad.</p>			<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Deposito en cuenta bancaria.</p> <p>Efectivo.</p>	

**VENTA DE MANUALIDADES** | Estudiante: Keyla Araba  
**Carrera:** Licenciatura en Ingeniería Industrial con énfasis en Seguridad y Salud Ocupacional  
**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

### Idea Innovadora

Esta idea emprendedora se basa en un negocio familiar el cual se trata de la venta de manualidades, algo que no es tan común y es una idea muy atractiva en estos tiempos de pandemia. La idea consiste en crear una tienda virtual de manualidades por medio de la aplicación INSTAGRAM llamada “Venta de Manualidades”, donde se encontrarán diversos modelos de manualidades para elegir, los cuales serán adquiridos mediante pedidos por la aplicación.



### El Problema

La pandemia por el coronavirus Covid 19, a obligado al Estado Panameño, al igual que otros gobiernos a nivel mundial, a aplicar medidas que implican el cierre temporal de muchas empresas y la restricción de los horarios de trabajo, así como la modificación de los patrones de trabajo de otras. Esta situación a trastornado el mercado laboral y los estudiantes, muchos de los cuales persiguen trabajos temporales, se ven afectados por la falta de oportunidades laborales, al igual que muchos trabajadores que han perdido sus trabajos.

## **La Solución**

La misma desea ser una empresa progresista y exitosa, complaciendo el gusto de los clientes por medio de las manualidades. Desarrollando, fabricando y comercializando manualidades de excelente calidad. El objetivo es alcanzar esta misión, creando la mejor experiencia posible al satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes tanto adultos, como adolescentes, gracias a la calidad de nuestros diseños.

## **Propuesta de valor**

La micro empresa se caracteriza por la disponibilidad brindada a los clientes, diseños originales, adaptados a las necesidades del cliente, al igual que las formas de pago y entrega que le es ofrecida. Se sabe bien que se pueden encontrar varias páginas en el internet con emprendimientos similares, pero Venta de Manualidades busca incentivar a las personas al uso de las manualidades como recuerdos en momentos importantes.

Algunas características adicionales que harán la diferencia son:

- Abrirse paso en el mercado con productos innovadores y pocos comunes.
- Precios accesibles para el cliente.
- Diseños al gusto del cliente.
- Promociones en fechas especiales.

## **Socios clave**

Sederías.  
Colaboradores.  
Proveedor de Internet.

## **Procesos clave**

Compra de materiales.  
Confección de manualidades.  
Publicidad por redes sociales.  
Atención a pedidos de los clientes.

## **Recursos clave**

Materiales.  
Colaboradores.  
Página web.  
Internet.

## **Segmento de clientes**

Mujeres y hombres que les gusta las manualidades, particularmente los diseños personalizados y únicos, bien hechos y con precios solidarios.

## Relaciones con clientes / Canales

Página web.  
Redes sociales.  
Atención directa en tienda.



## Estructura de costes

Materiales.  
Colaboradores.  
Servicio de Internet.

## Fuentes de Ingreso

Venta de manualidades.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Sederías. Colaboradores. Proveedor de Internet.</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Compra de materiales. Confección de manualidades. Publicidad por redes sociales. Atención a pedidos de los clientes.</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>La micro empresa se caracteriza por la disponibilidad brindada a los clientes, diseños originales, adaptados a las necesidades del cliente, al igual que las formas de pago y entrega que le es ofrecida. Abrirse paso en el mercado con productos innovadores y pocos comunes. Precios accesibles para el cliente. Diseños personalizados.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>A través de las redes sociales, una página Web y Atención directa en tienda. Promociones en fechas especiales.</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Mujeres y hombres que les gusta las manualidades, particularmente los diseños personalizados y únicos, bien hechos y con precios solidarios.</p>
<p><b>Recursos clave</b> </p> <p>Materiales. Colaboradores. Página Web. Internet.</p>	<p><b>Canales</b> </p> <p>Página Web. Facebook. Instagram- Twitter.  Atención directa en tienda.</p>			
<p><b>Estructura de costes</b> </p> <p>Materiales. Colaboradores. Servicio de Internet.</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Venta de manualidades.</p>		

**SUPERMARKER LOCACION** | Estudiante: William Pérez  
**Carrera:** Licenciatura en Ingeniería en Computación  
**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

**Idea Innovadora**

Este emprendimiento consiste en una App que pueda presentar, según el supermercado que sea, en qué pasillo están los productos que está buscando el consumidor, permitiendo que realice sus compras en el menor tiempo posible, contribuyendo así, a evitar las aglomeraciones. La App se adaptaría a cada supermercado y el usuario puede configurar la aplicación para que el cliente conozca hasta cuantos productos hay disponible en el establecimiento.

Este sistema está dirigido para las empresas de supermercado y en un futuro cualquier tipo de empresa que desee vender sus productos según la localización de cada uno en una tienda y requiera evitar aglomeraciones o para control del aforo.



**El Problema**

En estos tiempos, a causa de la pandemia, las autoridades han establecido una serie de medidas para proteger a la población en general, atendiendo las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS), y de expertos en la materia.



El distanciamiento social indicado para el patógeno Covid 19 es de dos (2) metros, por lo que es necesario que los clientes de cualquier supermercado, no se aglomeren, que guarde distancia y que, además, el aforo sea controlado por unos criterios sugeridos por la OMS y aplicados por el Ministerio de la Salud (MINSA). Lo que se desea con este emprendimiento es contribuir a evitar la aglomeración en las tiendas, permitiendo que los clientes encuentren los productos que buscan de forma más expedita al ubicarlos a través de la App Supermarker Location.

## **La Solución**

La App Supermarker Locación proporciona beneficios a los usuarios en cuanto al ahorro de tiempo al salir para hacer sus compras, ya que permite tener claro los productos disponibles en el supermercado y sus precios, para así evitar perder tiempo buscando productos que no están en inventario o agotados y saber en qué lugar, en que pasillo están ubicados. Esto, a su vez, permite evitar las aglomeraciones, haciendo que el comprador optimice su tiempo de permanencia en el establecimiento.

## **Propuesta de valor**

La App es compatible con varios tipos de sistemas operativo con accesos a Internet sin ningún problema de interfaz con las computadoras y los teléfonos inteligentes. Las empresas tendrán más ventas ofreciendo un mejor marketing

## **Socios clave**

Proveedor de servicio de Internet.  
Empresarios del sector supermercados y abastos.  
Ministerio de industria y comercio (MINSA).

## **Procesos clave**

Creación y mantenimiento de App.  
Promoción de la App entre empresarios de supermercados.  
Contratos con supermercados  
Subscripción de usuarios tipo persona natural  
Obtención de permisos de operación

## **Recursos clave**

Herramientas para desarrollar la app.  
Dispositivo de Internet (wifi, datos).  
Computadora o móvil.  
App para descargar la aplicación.  
Permisos de operación.

## Segmento de clientes

Empresas de supermercado y en un futuro cualquier tipo de empresa que pueda exponer sus productos en anaqueles y mostradores, organizados en pasillos.

## Relaciones con clientes / Canales

Brindar un excelente servicio que, a la hora de hacer sus compras en menor tiempo sacando cuenta de lo que se va a comprar, se obtienen más opciones de productos a elegir y se protege la salud.










## Estructura de costes

Inversión inicial.  
 Desarrollo de la App.  
 Mantenimiento de la App.  
 Permisos de operación.  
 Colaboradores.

## Fuentes de Ingreso

Ingresos de empresas por pago de la App.  
 Ingresos de clientes naturales por pago de la App.  
 Pago por transferencia o en efectivo.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Proveedor de servicio de Internet.</p> <p>Empresarios del sector supermercados y abastos.</p> <p>Ministerio de industria y comercio (MINSA).</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Creación y mantenimiento de App.                  Promoción de la App entre empresarios de supermercados.                  Contratos con supermercados                  Suscripción de usuarios                  Obtención de permisos de operación</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>La App es compatible con varios tipos de sistemas operativo con accesos a Internet sin ningún problema de interfaz con las computadoras y los teléfonos inteligentes. Las empresas tendrán más ventas ofreciendo un mejor marketing</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Brindar un excelente servicio.                  Promociones de temporada.</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Empresas de supermercado.                  A futuro cualquier tipo de empresa que pueda exponer sus productos en anaqueles y mostradores, organizados en pasillos.</p>
<p><b>Recursos clave</b> </p> <p>Herramientas para desarrollar la app                  Dispositivo de Internet (wifi, datos)                  Computadora o móvil                  App para descargar la aplicación                  Permisos de operación</p>		<p><b>Canales</b> </p> <p>Internet:                  La App Supermarker                  Locación.</p>		
<p><b>Estructura de costes</b> </p> <p>Inversión inicial.                  Desarrollo de la App.                  Mantenimiento de la App.                  Permisos de operación.                  Colaboradores.</p>			<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Ingresos de empresas por pago de la App.                  Ingresos de clientes naturales por pago de la App.                  Pago por transferencia o en efectivo.</p>	

## SERVICIO A DOMICILIO SOL BARRANQUILLERO | Estudiante:

Zonsiore Castillo

**Carrera:** Licenciatura en Ingeniería Industrial con énfasis en Seguridad y Salud Ocupacional

**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

### Idea Innovadora

Es básicamente un negocio familiar la idea nace hace ya 6 años cuando a mi madre y a mí se nos ocurrió crear platillos ricos, saludables y con una sazón única estilo colombiano en la provincia de Colón, con el tiempo fuimos innovando nuestros platillos, ahora no solo cocinamos comidas criollas si no que cumplimos con algunas de las exigencias de nuestros clientes como comidas Internacionales, postres, pasa bocas, comida rápida (hamburguesas otros).



### El Problema

El comensal moderno llegó para cambiar los paradigmas dentro de un restaurante; ya no basta con brindar un buen servicio, es primordial establecer un vínculo directo con el cliente, proporcionándole en cada visita, un verdadero deleite culinario, un menú de nuevas sensaciones que le hagan repetir una y otra vez.

La provincia de Colon es un área cercana a la capital de fácil acceso y muchos habitantes de la Ciudad de Panamá realizan sus labores en Colon, trasladando sus paladares exigentes a esta provincia, buscando entonces, un servicio de calidad que les brinde la oportunidad de complacer su paladar en Colon.

## La Solución

Sol Barranquillero se consolida como una alternativa apreciada en la provincia de Colon, como un restaurant, con entrega a domicilio, para satisfacer el paladar en tiempo de pandemia y en los tiempos por venir. Con estándares de calidad y un estilo de cocina reconocido a nivel regional, por su sabor y variedad. Cada platillo que se realiza se elabora con los mejores productos, frescos y de alta calidad brindándoles a nuestros clientes la satisfacción de probar platillos de su tierra cuando se encuentren fuera de su país.

## Propuesta de valor

Para mantener siempre los clientes contentos y satisfechos nos enfocamos en:

- Ofrecer un deleite a los comensales donde el consumo supere sus expectativas.
- Un trato exquisito y cálido a nuestros comensales.
- Rapidez en el servicio donde la comida llega al comensal oportunamente.
- Mantener siempre la atención en el cliente y sus requerimientos.
- Escuchar sus sugerencias y sentir empatía.
- Hacer que los clientes se sientan muy bien con todo (la comida, el servicio)
- Actualizar el menú y adaptarlo a las exigencias del mercado.
- Mantener un precio justo y razonable, calidad vs. precio.
- Esmero en la calidad de los productos.

## Socios clave

Mercado de abastos.

Supermercado

Servicio de gas doméstico.

Servicio de agua.

Servicio de electricidad.

Proveedor de Internet.

## Procesos clave

Obtener permisos de operación.

Mantenimiento de la cocina (equipos, utensilios y área física).

Compra de ingredientes frescos en el mercado.

Atención al cliente.

Preparación de los platos.

## Recursos clave

Los recursos claves pueden ser físicos, económicos, intelectuales o humanos. Los más importantes y necesarios para hacer funcionar un modelo de negocio se pueden clasificar en 4 categorías: Físicos: Este factor incluye la maquinaria que se utiliza en la cocina como la estufa, nevera, frices, carro donde se hace las entregas a domicilio, sistema informático donde se verifican los pedidos y pagos.

Intelectuales: Este factor incluye el estilo de cocina, la marca o nombre del servicio el cual es El Sol Barranquillero y base de datos de nuestros clientes.

Humanos: Son los trabajadores los que dan apoyo dentro y fuera de la cocina.

## Segmento de clientes

Los servicio y producto van dirigidos a todo es público, compañías, corporaciones, contratistas que quieran degustar de cosas nuevas y exquisitas en toda la provincia de Colón.

## Relaciones con clientes / Canales

Es importante mantener una buena comunicación con los clientes ya que de eso depende la fidelidad con los comensales, al ofrecemos un servicio de calidad y que se sientan como si fueran parte de la familia, tratarlos con calidez, no tendrán que recurrir a otro servicio. Se utilizan deferentes canales para la comunicación con los clientes, tales como: WhatsApp, redes sociales y correos electrónicos, a través de estos canales se pueden realizar los pedidos, nuestros medios de pagos son a través de Yappy, transferencias por banca en línea, efectivos o cheques.







## Estructura de costes

- Materiales e insumos.
- Colaboradores.
- Servicio eléctrico.
- Servicio de Internet.
- Servicio de gas licuado.

## Fuentes de Ingreso

- Entradas por los servicios de cocina, platos servidos en sitio
- Entradas por ventas a domicilio.
- Entradas por servicios de boquitas.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Mercado de abastos. Supermercado Servicio de gas doméstico. Servicio de agua. Servicio de electricidad. Proveedor de Internet.</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Obtener permisos de operación. Mantenimiento de la cocina (equipos, utensilios y área física). Compra de ingredientes frescos en el mercado. Atención al cliente. Preparación de los platos.</p> <p><b>Recursos clave</b> </p> <p>Físicos: la maquinaria que utiliza en la cocina como la estufa, nevera, frices, carro donde se hace las entregas a domicilio, sistema informático donde se verifican los pedidos y pagos. Intelectuales: estilo de cocina, la marca o nombre del servicio el cual es El Sol Barranquillero y base de datos de nuestros clientes.</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>nos enfocamos en los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer un deleite a los comensales donde el consumo supere sus expectativas.</li> <li>• Un trato exquisito y cálido a nuestros comensales.</li> <li>• Rapidez en el servicio donde la comida llega al comensal oportunamente.</li> </ul> <p>Mantener siempre la atención en el cliente y sus requerimientos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Escuchar sus sugerencias y sentir empatía.</li> <li>• Hacer que los clientes se sientan muy bien con todo (la comida, el servicio)</li> <li>• Actualizar el menú y adaptarlo a las exigencias del mercado.</li> <li>• Mantener un precio justo y razonable, calidad vs. precio.</li> </ul>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Es importante mantener buena comunicación con los clientes ya que de eso depende la fidelidad con los comensales, al ofrecemos un servicio de calidad y que se sientan como si fueran parte de la familia, tratarlos con calidez, no tendrán que recurrir a otro servicio.</p> <p><b>Canales</b> </p> <p>Se utilizan deferentes canales para la comunicación con los clientes, tales como: WhatsApp, redes sociales y correos electrónicos, a través de estos canales se pueden realizar los pedidos,</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Los servicio y producto van dirigidos a todo es público, compañías, corporaciones, contratistas que quieran degustar de cosas nuevas y exquisitas en toda la provincia de Colón.</p>
<p><b>Estructura de costes</b> </p> <p>Materiales e insumos. Colaboradores. Servicio eléctrico. Servicio de Internet. Servicio de gas licuado.</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Entradas por los servicios de cocina, platos servidos en sitio Entradas por ventas a domicilio. Entradas por servicios de boquitas.</p>		

## **SAFE SOLUTION** | Estudiante: Joshua Gordon

**Carrera:** Licenciatura en Administración de Empresas con énfasis en Logística y Comercio Internacional

**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

### **Idea Innovadora**

SafeSolution, un servicio de carpooling, o transporte compartido, en la ciudad de Panamá. En la Gran Ciudad, el servicio funcionará en Panamá Centro y Panamá Oeste, dos de los distritos más importantes de esta ciudad, y en un futuro debido a la demanda pretendemos expandirnos hacia Panamá Este.

La tarifa fija será de tres dólares el viaje, con tarifa mínima de uno con veinticinco centésimos y su foco principal será trasladar a aquellas personas que estén lejos del transporte público, al igual que se disminuye el tráfico en las zonas urbanas.



### **El Problema**

En una industria como la del transporte compartido, donde hay un margen de diferenciación variado, pero limitado, las posibilidades de poder alcanzar una cuota de mercado dominante son cada vez más limitadas, debido a las bajas barreras de acceso y alta disponibilidad de la tecnología.

La experiencia del líder del mercado, que paulatinamente ha ido perdiendo cuota de mercado y que presenta pérdidas importantes pese a los aumentos de ingreso, sugiere que el sector difícilmente se moverá a un entorno de concentración.

La clave para conseguir una cuota de mercado aceptable, y mantenerla es incrementar la diferenciación. Aunque hay muchas opciones para personalizar el servicio, ninguna genera una ventaja demasiado importante y todas pueden ser replicadas con similar eficiencia por otros competidores.

Pese a la situación de estas grandes empresas luchando por llevar a flote el negocio del transporte digital y las grandes empresas semiautónomas por no cumplir con los parámetros de servicios al usuario, el estudio planteado por la compañía SafeSolution será atacar la brecha que han dejado estas dos industrias, atacar la comodidad, el confort y la seguridad también por otra parte atacaremos las tarifas elevadas por la distancia del recorrido, para así poder llevarles a los usuarios que carecen de estos servicios para su satisfacción en general, tanto en confortamiento como en precios estándares.

## **La Solución**

SafeSolution se enfoca en crear el primer sistema de transporte público autosostenible en Panamá que alivie la congestión mientras ofrece una experiencia de viaje cómoda y personalizada. El núcleo de nuestra misión es el acceso universal a un mejor transporte. Se visualizarán rutas donde cada viajero opte por el servicio ya sea hacia al trabajo o al hogar, independientemente de los ingresos o la ubicación, por lo que se priorizará la asequibilidad y la flexibilidad a medida que nos expandimos.

## **Propuesta de valor**

SafeSolution es una compañía de transporte que provee vehículos como minibuses con conductores para movilizaciones solicitadas a través de una aplicación móvil que busca minimizar los tiempos de espera, en esta aplicación los clientes pueden elegir la ruta a donde se van a desplazar y reservar un asiento disponible del minibus, esta le brindara el trayecto y la tarifa de la tal.

Los conductores se caracterizarán por su amabilidad, respeto y profesionalismo, serán constantemente evaluados tanto por la empresa como por los clientes al final de cada trayecto. Además, debe realizar un taller de primeros auxilios como media de prevención por alguna situación.

El pago del servicio se realiza, primariamente, a través de tarjetas de crédito-débito, PayPal e incluso con efectivo. El usuario puede obtener por anticipado el plan de ruta y el costo asociado. Sin embargo, se estará trabajando en una tarjeta digital encriptada en donde el usuario podrá recargarla para así tener saldo a la hora de realizar su viaje. Los pagos electrónicos cuentan con inscripción de datos a través de VeriSign de Symantec.

Estas iniciativas se han encontrado con la oposición del sector de los taxis, las tarifas altas de las plataformas digitales de transporte (Uber, Cabify, etc.) por los recorridos extensos, notando que en un futuro esos mismos clientes se cambien y opten por nuestras tarifas consideradas. En este contexto de continua evolución y choques con políticas restrictivas nace la idea de SafeSolution, una compañía que lograra dar forma a un modelo de negocio con un enfoque muy específico.

SafeSolution se caracterizará por:

Imagen saludable de la compañía.

Responsabilidad y puntualidad.

Cartera electrónica propia, con pagos seguros encriptados.

Tarifas accesibles a todo público.

## **Socios clave**

Conductores.  
Taller del concesionario.  
Autoridad de Tránsito y Transporte Terrestre (ATTT).

## **Procesos clave**

Mantenimiento de la App.  
Obtener permisos de operación.  
Mantenimiento de los vehículos.  
Evaluación adecuada de conductores.

## **Recursos clave**

Aplicación web.  
Vehículos.  
Conductores.  
Servicio de Internet.

## **Segmento de clientes**

Personas mayores de edad, Adultos que desean dirigirse desde o hacia áreas con déficit de transporte directo, Panamá Centro, Panamá Oeste, Panamá Este.  
Población insatisfecha de los servicios actuales.  
Población insatisfecha con los altos costos de las plataformas digitales.

## **Relaciones con clientes / Canales**

Los usuarios podrán reservar un asiento del carpooling mediante la app.  
Mediante la administración de los datos y análisis global de la app, esta ayudara a identificar rutas potenciales mediante el uso de algoritmos avanzados de optimización basados en la demanda y comportamiento de los viajeros e incluso los usuarios podrán crear rutas personalizadas para beneficios comunes.  
Los viajeros podrán crear rutas personalizadas para beneficios comunes.

## **Estructura de costes**






Mantenimiento de la App.  
Conductores.  
Servicio de Internet.  
Mantenimiento de los vehículos.

## **Fuentes de Ingreso**

Pago por servicios de transporte prestado. Tarjetas de credito, debito, efectivo, otros



## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Conductores. Taller del concesionario. Autoridad de Tránsito y Transporte Terrestre (ATTT).</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Mantenimiento de la App. Obtener permisos de operación. Mantenimiento de los vehículos. Evaluación adecuada de conductores.</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>SafeSolution se caracterizará por: Imagen saludable de la compañía, Cartera electrónica propia, con pagos seguros encriptados. Tarifas accesibles a todo público. SafeSolution es una compañía de transporte que provee vehículos como minibuses con conductores para movilizaciones solicitadas a través de una aplicación móvil que busca minimizar los tiempos de espera, en esta aplicación los clientes pueden elegir la ruta a donde se van a desplazar y reservar un asiento disponible del minibus, esta le brindara el trayecto y la tarifa . Los conductores se caracterizarán por su amabilidad, respeto y profesionalismo, serán constantemente evaluados.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Mediante la administración de los datos y análisis global de la app, esta ayudara a identificar rutas potenciales basados en la demanda y comportamiento de los viajeros e incluso los usuarios podrán crear rutas personalizadas para beneficios comunes.</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Personas mayores de edad, Adultos que desean dirigirse desde o hacia áreas con déficit de transporte directo, Panamá Centro, Panamá Oeste, Panamá Este.  Población insatisfecha de los servicios actuales.  Población insatisfecha con los altos costos de las plataformas digitales.</p>
<p><b>Estructura de costes</b></p> <p>Mantenimiento de la App. Conductores. Servicio de Internet. Mantenimiento de los vehículos.</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b></p> <p>Pago por servicios de transporte prestado. Tarjetas de credito, debito, efectivo, otros.</p>		

## VENTA DE ROPA PARA NIÑOS Y ADULTOS POR LA WEB |

Estudiante: Albryd Castillo

**Carrera:** Licenciatura en Redes de Comunicaciones con énfasis en Seguridad

**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

### Idea Innovadora

Esta idea de emprendimiento consiste en una tienda virtual, que tiene como finalidad garantizar la eficiencia y seguridad a los clientes al momento que los mismos decidan adquirir un producto a través de la app, cabe destacar que se cuenta con mercancía tanto para bebés y niños hasta adultos y además incluimos ropa deportiva dentro de los segmentos de socios claves. La tienda se basa en llegar a todos los tipos de clientes, incluyendo personas con discapacidad o empresas de diferentes ámbitos laborales.



### El Problema

Ante la pandemia COVID-19 los almacenes y centro comerciales tuvieron que cerrar sus puertas. Debido a esto surge la iniciativa de abrir una tienda online en la cual se pueden encontrar tanto ropa para personas adultas como para niños de todas las edades ya que, siempre va existir la necesidad de adquirir ropa nueva ya sea por aumento de talla o crecimiento. Debido a la pandemia que está ocurriendo, se ha debido aplicar planes de contingencia y bioseguridad para evitar un contagio del virus hacia los clientes y colaboradores.

## **La Solución**

En el presente proyecto se propone el emprendimiento de una tienda de ropa on line. Esta tienda se va a desarrollar dándola a conocer mediante una página web, manejada por personal idóneo en mercadeo y manejo de páginas web, que hemos diseñado en la cual se va a presentar todas las promociones, precios y marcas que tenemos disponibles para la compra y, de igual forma tendremos un intermediario entre la tienda y el consumidor.

## **Propuesta de valor**

¿Por qué comprar con nosotros? Porque la tienda virtual garantiza comodidad ya que no deben salir de sus hogares para adquirir la mercancía, contamos con personal idóneo y capacitado para brindar la mejor atención a nuestros clientes y garantizamos que los productos van a llegar con seguridad a su destino, tal y como lo solicitaron. Todos estos factores se manejarán por el capital de aportaciones de cada uno de los socios con tecnología Wifi, Switches, Routers y Hosting.

## **Socios clave**

Inversionistas.

Banca.

Proveedores de servicio de Internet.

Proveedores de servicios para entrega en casa.

Proveedores de la industria manufacturera nacionales e internacionales.

## **Procesos clave**

Mantenimiento de la plataforma tecnológica.

Compra de mercancías.

Actividades de marketing.

Alquiler y diseño de la tienda.

Contratación y entrenamiento del personal.

Dar a conocer el producto a través de la web.

Tener un intermediario entre la tienda y el consumidor

## **Recursos clave**

Personal que se encargue del marketing y páginas web.

Capital - Aportaciones de socios.

Infraestructura – Local.

WEB local.

Plataforma tecnológica

## **Segmento de clientes**

Personas con edades entre los 0 a 50 años.

Personas con discapacidad.

## Relaciones con clientes / Canales

Una página web, manejada por personal idóneo en mercadeo y manejo de páginas web, Las promociones, precios y marcas que tenemos disponibles para la compra y, de igual forma tendremos un intermediario entre la tienda y el consumidor.

La mercancía podrá ser paga mediante PayPal, punto de pago, trasferencias bancarias y también la opción de Yappy.

Entrega a domicilio

Teléfono fijo y móvil

Correo electrónico

## Estructura de costes

Alquiler de local.

Infraestructura de nuestra red (routers, hosting, switches, base de datos)

Sueldos y salarios para el personal (colaboradores em tienda, administrativos).

Pedidos de mercancía a proveedores



Impuestos.

## Fuentes de Ingreso

Compras a distancia por los clientes, Pagos a través de:

PayPal, Tarjetas de débito y credito, Transferencias bancarias, Yappy.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Inversionistas. Banca. Proveedores de servicio de Internet. Proveedores de servicios para entrega en casa. Proveedores de la industria manufacturera nacionales e internacionales.</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Mantenimiento de la plataforma tecnológica. Compra de mercancías. Actividades de marketing. Alquiler y diseño de la tienda. Contratación y entrenamiento del personal. Dar a conocer el producto a través de la web. Tener un intermediario entre la tienda y el consumidor.</p> <p><b>Recursos clave</b> </p> <p>Aplicación Personal que se encargue del marketing y páginas web. Capital - Aportaciones de socios. Infraestructura – Local. WEB local. Plataforma tecnológica.</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>La tienda virtual garantiza comodidad ya que no deben salir de sus hogares para adquirir la mercancía, contamos con personal idóneo y capacitado para brindar la mejor atención a nuestros clientes y garantizamos que los productos van a llegar con seguridad a su destino, tal y como lo solicitaron. Todos estos factores se manejarán por el capital de aportaciones de cada uno de los socios con tecnología Wifi, Switches, Routers y Hosting.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Una página web. Las promociones, precios y marcas que tenemos disponibles para la compra y, de igual forma tendremos un intermediario entre la tienda y el consumidor. La mercancía podrá ser paga mediante PayPal, punto de pago, trasferencias bancarias y también la opción de Yappy.</p> <p><b>Canales</b> </p> <p>Una página web. Entrega a domicilio. Teléfono fijo y móvil Correo electrónico.</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Personas con edades entre los 0 a 50 años. Personas con discapacidad.</p>
<p><b>Estructura de costes</b> </p> <p>Alquiler de local. Infraestructura de nuestra red (routers, hosting, switches, base de datos) Sueldos y salarios para el personal (colaboradores em tienda, administrativos). Pedidos de mercancía a proveedores Impuestos.</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Compras a distancia por los clientes, Pagos a través de: PayPal. Tarjetas de débito y credito. Transferencias bancarias. Yappy..</p>		

## **DAY AND NIGH CALZADO DE TACÓN REMOVIBLE** | Estudiante:

Ángel Díaz

**Carrera:** Licenciatura en Redes de Comunicaciones con énfasis en Seguridad

**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

### **Idea Innovadora**

Esta idea nació de analizar una situación común que viven las damas, muchas veces van al trabajo, una fiesta o cualquier ocasión que implica una vestimenta formal o zapatos de tacones, pero pasado un tiempo estos tacones que utilizan se vuelven algo incómodos causando cansancio y a veces algo de dolor en las piernas y en ocasiones es necesario llevar zapatos extras que sean bajos y cómodos para cambiarlos cuando ya los tacones se vuelvan incómodos



### **El Problema**

La mujer moderna es muy dinámica y versátil, realizando distintas actividades a diario y enfrentando un mundo en el que se le presentan rechazos y se le ha discriminado y desconocido su potencial como ser humano y como profesional, por ello, en ocasiones requiere de distintos tipos de calzados para distintas ocasiones. La respuesta típica es llevar un par de calzados extras en su bolso o en un maletín adicional y generando riesgos a la salud. Es bien conocido que las mujeres, en general, son fanáticas de los calzados y la moda, y esto aunado a los movimientos feministas actuales, impulsan el avance de la mujer en distintos ámbitos laborales y hasta en la política, donde la primera dama de Pilipinas, Isnelda Marcos fue famosa entre otras cosas por su colección de 1000 pares.

## **La Solución**

La solución que se presenta consiste en un zapato con tacón para damas el cual le sea posible quitar este tacón para que se convierta en un zapato bajo y cómodo para ellas puedan enfrentar sus cambios de situación y se sientan cómodas, sin necesidad de llevar consigo dos pares de zapato.

## **Propuesta de valor**

Lo que hace diferente este emprendimiento con otros es la gran variedad en línea de colección y color, se cuenta con la opción de poder editar los colores que desees colocar en tus zapatos de tacón lo cual le ayuda y facilita a la mujer, a la hora de combinar con sus vestidos, trajes y ropa favorita. Con este producto no sería necesario llevar zapatos extras, ya que simplemente la mujer deberá remover la plataforma del tacón y así obtendrá un zapato de suela baja y cómoda.

- Variedad en colores y diseños
- Comodidad
- Elegancia

## **Socios clave**

En relación con los principales socios o colaboradores que se tendrían pensados serían las empresas dedicadas a la venta de zapatos. De esta manera podremos tener un alcance mayor con los clientes.

## **Procesos clave**

Las actividades clave son:

- Compra de materiales (insumos)
- Fabricación de los zapatos
- Promociones de los distintos modelos de zapatos.
- Publicidad de los zapatos
- Convenios con zapaterías

## **Recursos clave**

Materiales necesarios para la confección de los zapatos:

Cuero

Tacones

Cuchillas

Maquinaria para costura

Pintura

Equipo de protección para los colaboradores

Servicio de electricidad.

Servicio de Internet

## Segmento de clientes

El emprendimiento está dirigido a las mujeres en edades desde 12 años en adelante. Estos zapatos podrán ser de uso tanto formal como para el trabajo o algún evento informal.

## Relaciones con clientes / Canales

La forma de llevar los zapatos a los clientes será mediante el marketing digital: Internet y redes sociales: Instagram, Facebook, Twitter. También, por medio de la distribución en zapaterías y tiendas en centros comerciales.

Los canales de pago para el disfrute de nuestro servicio son diversos: Dinero en efectivo, tarjetas de débito y crédito, servicio de transferencia bancaria

## Estructura de costes

Colaboradores.

Materiales necesarios para la confección de los zapatos.










Campaña de marketing digital.

## Fuentes de Ingreso

Ventas al mayor a zapaterías y tiendas.

Ventas al detal.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>En relación con los principales socios o colaboradores que se tendrían pensados serían las empresas dedicadas a la venta de zapatos.</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Compra de materiales (insumos)</li> <li>• Fabricación de los zapatos</li> <li>• Promociones de los distintos modelos de zapatos.</li> <li>• Publicidad de los zapatos</li> <li>• Convenios con zapaterías</li> </ul>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>Lo que hace diferente este emprendimiento con otros es la gran variedad en línea de colección y color, se cuenta con la opción de poder editar los colores que desees colocar en tus zapatos de tacón lo cual le ayuda y facilita a la mujer, a la hora de combinar con sus vestidos, trajes y ropa favorita. Con este producto no sería necesario llevar zapatos extras, ya que simplemente la mujer deberá remover la plataforma del tacón y así obtendrá un zapato de suela baja y cómoda.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Variedad en colores y diseños</li> <li>• Comodidad</li> <li>• Elegancia</li> </ul>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>La forma de llevar los zapatos a los clientes será mediante el marketing digital: Internet y redes sociales</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>El emprendimiento está dirigido a las mujeres en edades desde 12 años en adelante. Estos zapatos podrán ser de uso tanto formal como para el trabajo o algún evento informal.</p>
	<p><b>Recursos clave</b> </p> <p>Aplicación Personal que se encargue del marketing y páginas web. Capital - Aportaciones de socios. Infraestructura – Local. WEB local. Plataforma tecnológica.</p>		<p><b>Canales</b> </p> <p>Instagram, Facebook, Twitter. También, por medio de la distribución en zapaterías y tiendas en centros comerciales. Los canales de pago para el disfrute de nuestro servicio son diversos: Dinero en efectivo, tarjetas de débito y crédito, servicio de transferencia bancaria</p>	
<p><b>Estructura de costes</b></p> <p>Colaboradores Materiales necesarios para la confección de los zapatos Campaña de marketing digital</p> 		<p><b>Fuentes de ingresos</b></p> <p>Ventas al mayor a zapaterías y tiendas Ventas al detal</p> 		

## **ARTESANALES BOCAS SUITE STYLE |** Estudiante: Nadialiss Espinoza

**Carrera:** Licenciatura en Ingeniería Industrial con énfasis en Seguridad y Salud Ocupacional

**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

### **Idea Innovadora**

El presente plan de negocio contempla la elaboración y ventas de productos artesanales en la Provincia de Bocas del Toro, la cual lleva el nombre de Artesanales Bocas Suit Style, Consistirá en elaboración y envasado de jaleas, picantes, ron ponches 100% naturales. Se estima que la proyección de los productos y servicio sea progresiva y cada día se proyecta que nuevos clientes/usuarios vendrán a disfrutar de una inigualable Jalea, Picante o Ron ponche.

Artesanales Bocas Suit Style Ubicado en un área de fácil acceso, muy céntrico del área de Changuinola, donde se dispone de un lugar para producir los productos naturales de calidad abriendo aquella línea de sabor distinto a los tradicionales que la población suele ver en los supermercados. Se tiene una gran oportunidad de crecimiento con estos productos debido a que los vegetales que sirven de insumo se producen de forma local y de forma natural.



### **El Problema**

A finales del siglo pasado se reconoce que se utilizan más de doce mil productos de tipo industrial, artificiales y sintéticos, en los cuales podemos encontrar naranjas sin árboles de naranja, leche sin vaca, miel de abejas sin abejas, azúcar sin caña de azúcar etc., y envasados en latas de aluminio, el cual ha comprobado ser tóxico al ser humano. El daño que esta causa es proporcional a la cantidad que consumimos al día, que produce: espasmos musculares, nervios tensos y stress.



## **La Solución**

Actualmente no existe otro emprendimiento ubicado en esta área, lo cual genera una ventaja. Si bien el estudio de mercado objetivo se analizará en profundidad en el estudio de marketing, se toman en cuenta estudios basados a la aceptación y movimientos de los productos y servicios brindados.

Se presentan estos productos para los amantes de la jalea, o el chile, o el Ron Ponche, únicos en brindar un sabor artesanal especial muy agradable al paladar, en este estilo de productos se ha creado para el público que busca consumir algo delicioso y natural, en el Distrito de Changuinola y Corregimiento del el Empalme. Consistirá en elaboración y envasado de jaleas, picantes, y ron ponches 100% naturales sin Persevantes.

## **Propuesta de valor**

Nuestra finalidad es poder brindarles productos y servicios a todos los consumidores, con una opción diferente y saludable dándole un toque especial a sus comidas e ir implementando técnicas de posicionamiento a nivel regional.

El fruto vegetal (ají, pimientos) posee un aroma y sabor agradable que se puede aprovechar en la elaboración de diversos productos ya sean de forma artesanal o industrial, otra gran ventaja de esta fruta es que se producen más de 4 cosechas al año y por tanto son frutos de fácil acceso y bajo costo.

La necesidad nace para satisfacer la de la población Bocatoreña de tener en sus mesas un producto muy original e innovador, teniendo un lugar estimado donde pueden realizando sus pedidos.

Este proyecto tiene las condiciones de sostenibilidad económica adecuada debido a los altos niveles de producción y rendimiento de este vegetal. la popularidad de las frutas exóticas ha aumentado y actualmente está en auge Las preferencias de los consumidores han cambiado con el paso del tiempo al mejorarlos.

## **Socios clave**

Distribuidora Pimentel (Fracos con tapa y corchos, otros insumos).

Kiosco Yanibeth (Materia prima vegetal).

Papelería González (Papelería y tintas).

Colaboradores (Familiares para la fábrica y entrega de los productos a domicilio).

## **Procesos clave**

Esterilización (Área de trabajo y envases).

Producción (Jaleas picantes y ponches, envasado).

Desarrollo de actividades tecnológicas.

Entrega a domicilio.

## **Recursos clave**

Personal (Familiares socios).

Capital (Ahorros familiares).

Tecnología (Servicio de Internet y telefonía, Computadora).  
Infraestructura (Local residencial).  
Materia Prima: Jaleas (chengra sweet).

- Morrones rojos.
- Ajíes picantes.
- Agua.
- Azúcar.
- Granos de pimienta.

Materia Prima: Picantes (Brare Hot)

- Ajíes chombo, removidas las semillas.
- Vinagre blanco o vinagre de sidra.
- Dientes de ajo partidos en mitades.
- Cebolla.
- Mostaza de calidad.
- Materiales: Licuadora, Olla, envases de vidrios, se realizará por medio de la estufa.

### **Segmento de clientes**

Estos productos están dirigidos a todos los consumidores de la población que consideren las jaleas y picantes y ser la mejor la opción a elegir a la hora de comprar. Son personas del área de Changuinola, con preferencias por los productos exóticos y nutritivos, personas que se preocupan por cuidar su salud y la de su familia lo cual los lleva a consumir productos saludables de alta calidad; el mayor consumo de productos orgánicos se encuentra en personas cuyas edades oscilan de 17 a 50 años; la mayoría de estas personas son del sexo masculino, reflejando esto su mayor preocupación por la dieta y alimentación saludable.

La comercialización de estos productos estará orientada a una población con ingresos medios-altos ya que se trata de un producto que podrá ser adquirido durante toda la época del año por lo tanto es un producto de fácil adquisición ingresos y mejorar los niveles de vida, la tendencia al consumo de productos naturales viene en aumento.

### **Relaciones con clientes / Canales**

Se establecerá una estrecha relación y colaboración con clientes y proveedores. Sobre todo, enfocándose al cliente adulto joven, con promociones a través de las redes sociales: WhatsApp, Instagram, Facebook y llamadas telefónicas.

### **Estructura de costes**

Producción.  
Distribución.  
Impuestos.






## Fuentes de Ingreso

Ventas directas en sitio.

Ventas en línea.

Se aceptan transferencias bancarias y pagos con TDC y tarjetas de débito, se cuenta con punto de venta. También se acepta efectivo.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Distribuidora Pimentel (Frascos con tapa y corchos, otros insumos)</p> <p>Kiosco Yanibeth (Materia prima vegetal)</p> <p>Papelería González (Papelería y tintas)</p> <p>Colaboradores (Familiares para la fábrica y entrega de los productos a domicilio)</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Esterilización (Área de trabajo y envases)</p> <p>Producción (Jaleas picantes y ponches, envasado)</p> <p>Desarrollo de actividades tecnológicas</p> <p>Entrega a domicilio</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>Nuestra finalidad es poder brindarles productos y servicios a todos los consumidores, con una opción diferente y saludable dándole un toque especial a sus comidas. El fruto vegetal (ají, pimientos) posee un aroma y sabor agradable que se puede aprovechar en la elaboración de diversos productos ya sean de forma artesanal o industrial, otra gran ventaja de esta fruta es que se producen más de 4 cosechas al año y por tanto son frutos de fácil acceso y bajo costo.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Se establecerá una estrecha relación y colaboración con clientes. Sobre todo, enfocándose al cliente adulto joven, con promociones a través de las redes sociales.</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>todos los consumidores de la población que consideren las jaleas y picantes y ser la mejor la opción a elegir a la hora de comprar. Son personas del área de Changuinola, con preferencias por los productos exóticos y nutritivos, personas que se preocupan por cuidar su salud y la de su familia lo cual los lleva a consumir productos saludables de alta calidad.</p>
<p><b>Estructura de costes</b></p> <p>Producción</p> <p>Distribución</p> <p>Impuestos</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b></p> <p>Ventas directas en sitio</p> <p>Ventas en línea</p> <p>Se aceptan transferencias bancarias y pagos con TDC y tarjetas de débito, se cuenta con punto de venta. También se acepta efectivo</p>		

## **SUPER PIÑATAS** | Estudiante: Josué González

**Carrera:** Licenciatura en Ingeniería Industrial con énfasis en Gestión de Operaciones

**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

### **Idea Innovadora**

El presente emprendimiento consiste en la confección de piñatas, A pesar de la pandemia las personas hacen sus pequeñas celebraciones y piden piñatas a través de las redes sociales”, es una buena idea, y es una idea sencilla pero muy común. Este no solo es un producto, es un creador de sentimientos encontrados tanto de niños como adultos, todos se emocionan a la hora de pegarle a la piñata se siente la euforia de los padres animando a los niños y ellos llenos de energía para romperla.



### **El Problema**

Con este emprendimiento se pretende atender las necesidades del público en general de obtener una piñata para su celebración familiar, en su casa, confinados por la pandemia y de esta forma disminuir los efectos de la restricción de movilidad impuestas por el estado para proteger a la población del contagio. Con la situación del confinamiento a causa del tema de la pandemia casi el 100% de los comercios están cerrados El encierro en los hogares, sobre todo, aquellos donde hay niños en edades preescolar es una tortura necesaria para resguardar la salud pública, pero acarrea un efecto secundario a la población que debe permanecer en casa con pocas alternativas de recreación.

## La Solución

Los productos de Super Piñatas crean en los clientes una sensación de satisfacción al ver que las creaciones simbolizan calidad, estilo y resistencia. Es el mejor momento porque mediante la situación del confinamiento a causa del tema de la pandemia casi el 100% de los comercios están cerrados. Los fondos necesarios para la creación son mínimos, los productos como el cartón y el periódico son reutilizados y gratis, luego de que el cliente realice el abono del 50% de la factura, se tendrá el capital para comprar los otros productos.

## Propuesta de valor

El plan de negocio es promocionar el producto y llegar a la mayoría de las personas posibles mediante las redes sociales, luego desde el momento que el cliente se contacte con nosotros brindarle un trato de calidad 100% personalizado, luego crearle el producto tal y como él lo ha deseado y no solo eso, sino que las demás personas que vayan a disfrutar del producto quieran adquirirlo.

Son piñatas con mayor resistencia por su doble capa de cartón, creadas según las características, dimensiones y estilos que desee el cliente. Casi el 100% de los materiales utilizados son reciclables y no contaminan el medio ambiente. La implementación opcional de luces LED las hace diferente a las demás, así mismo, se cuenta con el servicio de delivery.

## Socios clave

- Personal de fabricación.
- Personal de entrega.
- Proveedores de Materiales.
- Proveedor de Servicio de Internet.

## Procesos clave

Fabricación de las piñatas que satisfagan a los clientes con lo que desean.  
Adquisición de materiales para la confección de las piñatas.

## Recursos clave

Los recursos claves son:

Colaboradores.

Mucha creatividad.

Internet.

Redes sociales.

Materiales: Cartón; Clips y engrapadora; Periódico; Harina; Tijera; Marcadores; Papel crespón; Goma fría; Soga.

## Segmento de clientes

Los clientes son personas que desean comprar una piñata y recibir una atención más personalizada, pero que además de eso desean productos de mejor calidad y a la vez se les ofrece mejor calidad de vida evitando que salgan de sus hogares con la posibilidad de entrega a domicilio.

## Relaciones con clientes / Canales

Relación a través de las Redes sociales, Promociones y descuentos por lealtad del cliente y presencialmente a la hora de la entrega.








## Estructura de costes

- Materiales.
- Colaboradores.
- Medio de transporte.
- Marketing y publicidad.
- Servicio de electricidad.
- Servicio de Internet.

## Fuentes de Ingreso

- Venta de piñatas al tamaño y diseño deseado.
- Transporte del producto.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios Clavo</b> </p> <p>Personal de fabricación Personal de entrega Proveedores de material Proveedor de Servicio de Internet</p>	<p><b>Actividades Clavo</b> </p> <p>Marketing Fabricación de las piñatas que satisfagan a los clientes con lo que desean. Adquisición de materiales para la confección de las piñatas.</p>	<p><b>Propuesta de Valor</b> </p> <p>El plan de negocio es promocionar el producto y llegar a la mayoría de las personas posibles mediante las redes sociales, luego desde el momento que el cliente se contacte con nosotros brindarle un trato de calidad 100% personalizado, luego crearle el producto tal y como él lo ha deseado. Son piñatas con mayor resistencia por su doble capa de cartón, creadas según las características, dimensiones y estilos que desee el cliente. Casi el 100% de los materiales utilizados son reciclables y no contaminan el medio ambiente. La implementación opcional de luces LED las hace diferente a las demás, así mismo, se cuenta con el servicio de delivery.</p>	<p><b>Relación con Clientes</b> </p> <p>Relación a través de las Redes sociales, Promociones y descuentos por lealtad del cliente y presencialmente a la hora de la entrega.</p>	<p><b>Segmentos De Clientes</b> </p> <p>Nuestros clientes son personas que desean comprar una piñata y recibir una atención más personalizada, pero que además de eso desean productos de mejor calidad y a la vez le ofrecemos mejor calidad de vida evitando que salgan de sus hogares con nuestra entrega a domicilio.</p>
<p><b>Estructura De Costos</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Materiales</li> <li>- Colaboradores</li> <li>- Medio de transporte</li> <li>- Marketing y publicidad</li> <li>- Servicio de electricidad</li> <li>- Servicio de Internet</li> </ul>		<p><b>Fuente De Ingresos</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Venta de piñatas al tamaño y diseño deseado</li> <li>- Transporte del producto.</li> </ul>		

**ACHIEVING DREAMS VG** | Estudiante: Verónica García  
**Carrera:** Licenciatura en Ingeniería Industrial con énfasis en  
Desarrollo Empresarial  
**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

## Idea Innovadora

Este proyecto está basado en mejorar la calidad de vida de todas las personas, que necesiten obtener algún tipo de crédito o una vivienda. Nuestro objetivo es ayudarlos a obtener lo que necesitan sin desmejorar su calidad de vida, creándoles la costumbre del ahorro mostrándoles en que beneficia tener un buen historial de crédito.



## El Problema

Debido a las necesidades de muchas personas, y familias por obtener una vivienda y mejorar su calidad de vida, adquirir una deuda de la forma correcta, debido a estos factores y otros más, creció la idea de “Achieving Dreams VG”, también por el gusto de ayudar a las personas. Muchas personas tienen un mal manejo de sus finanzas, no tienen la costumbre del ahorro y esta conducta le imposibilita tener buen crédito y comprar una vivienda, invertir en negocios, en fin, no tiene una calidad de vida adecuada debido a su alto nivel de deuda o malas referencias crediticias.

Es importante que toda entidad bancaria o financiera instruya a casa cliente de lo que puede comprar, pedir a nivel crediticio sin afectar su nivel económico, logrando así individuos, potenciales a nivel de crédito.

## **La Solución**

Para la creación de la idea Achieving Dreams VG, lo primero sería buscar un local comercial bastante céntrico donde todo el que pase visualice el lugar y pueda entrar, que tenga un estacionamiento que al principio será algo pequeño.

Previamente los colaboradores ya habrán tomado seminarios donde se analizarán cada caso y así poder canalizar la información del cliente y cerrar negocios. Se utilizarán ahorros personales, además, actualmente la organización gubernamental panameña Ampyme otorga capital semilla para negocios pequeños y también se obtendrá un crédito bancario y como sería para un emprendimiento que se realiza el trámite, contando con el conocimiento de los servicios y canalizaría la información, no tendría que pagar por este servicio en un principio, hasta que la empresa tenga más personal.

## **Propuesta de valor**

La propuesta de valor de Achieving Dreams VG consiste en:

Dar un trato personalizado.

Ir a donde se encuentre el cliente (casa, trabajo etc.).

Amplia gama de propuestas.

Contribuir a mejorar el nivel de deudas de los clientes.

## **Socios clave**

Achieving Dreams VG trabajará con los mejores bancos del país.

Empresas constructoras, manejaremos una gama de proyectos de vivienda donde el cliente podrá elegir el que más le guste y este dentro de tu capacidad de pago.

## **Procesos clave**

Captación de clientes.

Servicios Bancarios, tales como: financiamiento de casas, préstamos personales, Autos, comerciales, tarjetas de crédito.

## **Recursos clave**

Colaboradores.

Computadoras.

Servicios de Internet.

## **Segmento de clientes**

- Este servicio está dirigido a personas mayores de edad.
- Asalariadas o independientes.
- Panameñas.
- Extranjeras con Cédula.



## Relaciones con clientes / Canales

- Visitas a su casa o trabajo.
- Promociones.
- Redes sociales.
- Prensa.
- Llamadas Telefónicas.
- Correo electrónico.
- Mensajes de WhatsApp.










## Estructura de costes

- Servicio eléctrico.
- Servicio de Internet.
- Colaboradores.
- Alquiler de oficinas.

## Fuentes de Ingreso

- Pago de comisiones por ventas de finca raíz.
- Pago de comisiones por gestión inmobiliaria.
- Pago de comisiones por gestión crediticia.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Achieving Dreams VG trabajará con los mejores bancos del país. Empresas constructoras, manejaremos una gama de proyectos de vivienda donde el cliente podrá elegir el que más le guste y este dentro de tu capacidad de pago.</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Captación de clientes. Servicios Bancarias, tales como: financiamiento de casas, préstamos personales, Autos, comerciales, tarjetas de crédito.</p> <p><b>Recursos clave</b> </p> <p>Colaboradores Computadoras Servicios de Internet</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>La propuesta de valor de Achieving Dreams VG consiste en: Dar un trato personalizado Ir a donde se encuentre el cliente (casa, trabajo, etc.) Amplia gama de propuestas Contribuir a mejorar el nivel de deudas de los clientes.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Visitas a su casa o trabajo Promociones Redes sociales.</p> <p><b>Canales</b> </p> <p>Sitió Web. Redes sociales Prensa Llamadas Telefónicas Correo electrónico Mensajes de WhatsApp.</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Este servicio está dirigido a personas mayores de edad Asalariadas Independientes Panameñas Extranjeras con Cedula</p>
<p><b>Estructura de costes</b> </p> <p>Servicio eléctrico Servicio de Internet Colaboradores Alquiler de oficinas</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Pago de comisiones por ventas de finca raíz Pago de comisiones por gestión inmobiliaria Pago de comisiones por gestión crediticia</p>		

**PLATAFORMA EDUCATIVA NEO BOOKS** | Estudiante: Luis Pineda  
**Carrera:** Licenciatura en Ingeniería en Redes de Comunicaciones con énfasis en  
Tecnologías Inalámbricas  
**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

### Idea Innovadora

NeoBooks es una plataforma que facilita la gestión de todas las actividades de aprendizaje. La interfaz de usuario es limpia, con un diseño intuitivo que hace que toda la experiencia de usar la plataforma sea más agradable y productiva. Su principal función es facilitar la creación de entornos virtuales para impartir todo tipo de formaciones a través de internet sin necesidad de tener conocimientos de programación.

NeoBooks, son programas que permiten hacer tareas como: organizar contenidos y actividades dentro de un curso online, gestionar calificaciones de los estudiantes, tener un seguimiento de trabajo durante el curso, resolver dudas y crear espacios de comunicación interactiva, etc.



### El Problema

Uno de los principales problemas que afectan el rendimiento estudiantil es la planificación y control del tiempo. Los estudiantes suelen perder el control de las fechas de entrega de sus actividades y el proceso es acumulativo, en tanto que, los estudiantes van dejando atrás asignaciones pendientes y requieren de una herramienta que les ayude a organizar sus actividades y al mismo tiempo les permita comunicarse con sus compañeros para realizar las actividades grupales. Existen varias herramientas en idioma inglés y muy pocas en español y adaptadas a los problemas de la región.

## **La Solución**

NeoBooks es una plataforma que facilita la gestión de todas las actividades de aprendizaje a los estudiantes como una herramienta más de estudio el objetivo de esta es para que los estudiantes tengan una mejor organización la cual es una de las claves del éxito. Uno de los objetivos de esta plataforma sería brindar acceso de forma fácil y gratuita a los estudiantes tanto de primaria, secundaria, bachiller y estudiantes universitarios libros de distintas materias y temas como lo son de: matemáticas, ciencias naturales, ciencias sociales, humanidades, arte, informática, economía, inglés, entre otros.

## **Propuesta de valor**

El emprendimiento Neo Books es una plataforma que contará con pequeños cuestionarios y bancos de preguntas para evaluar a los estudiantes rápidamente. En donde se elige entre siete tipos diferentes de preguntas y se selecciona preguntas basadas en temas de un libro en común para mejorar nuestro aprendizaje y foros para debatir sobre temas con otras personas acerca de algún libro en específico u otros temas. También Los estudiantes pueden transcribir sus tareas, distintos tipos de archivos y otros recursos en una cartelera para exhibir su trabajo. Los activos de cartera pueden incluir archivos como Word, pdf, PPT, audio y video, para formar portafolios. Así mismo, la plataforma permite ver una vista centralizada de todas las calificaciones y agregar rápidamente.

## **Socios clave**

Proveedor de servicio de Internet.  
Desarrollador de plataforma.  
Colaboradores.  
Banca Panameña.

## **Procesos clave**

Creación de la plataforma virtual educativa como herramienta de estudio para los estudiantes.  
Promover la suscripción a la plataforma.  
Mantener la plataforma.  
Atender a los usuarios.  
Gestionar el cobro del servicio.  
Gestionar permisos de operación.

## **Recursos clave**

Publicidad.  
Computadora.  
Internet.  
Celular para redes sociales.

## Segmento de clientes

Los clientes serian estudiantes de 12 años en adelante que ya poseen conocimiento sobre tecnología. Recibirán atención las 24 horas del día durante 6 días a la semana. Instituciones publicas y privadas interesadas en promover el beneficio de suscripción entre estudiantes (becas, responsabilidad social, beneficios para sus colaboradores).

## Relaciones con clientes

Promociones: Por ser cliente durante 3 meses recibirá 15 días gratis. Atención al cliente las 24 horas 6 días a la semana por algún problema con la plataforma.

## Canales

Redes sociales: Instagram, WhatsApp, Twitter, Facebook, Gmail.








## Estructura de costes

Colaboradores.  
Servicio de Internet.  
Servicio de energía eléctrica.

## Fuentes de Ingreso

Suscripciones mensuales para tener el servicio de la plataforma virtual.  
Métodos de Pago: Transferencia en efectivo y banca en línea por: Banco General, Banco Nacional, Caja de ahorro y PayPal.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Proveedor de servicio de Internet Desarrollador de plataforma Colaboradores Banca Panameña</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Creación de la plataforma Promover la suscripción a la plataforma Mantener la plataforma Atender a los usuarios Gestionar el cobro del servicio Gestionar permisos de operación</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>NeoBooks es una plataforma que contará con pequeños cuestionarios y bancos de preguntas para evaluar a los estudiantes rápidamente, basadas en temas de un libro en común para mejorar nuestro aprendizaje y foros para debatir sobre temas con otras personas acerca de algún libro en específico u otros temas. También pueden transcribir sus tareas, distintos tipos de archivos y otros recursos en una cartelera para exhibir su trabajo. Los activos de cartera pueden incluir archivos, para formar portafolios.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Promociones: Por ser cliente durante 3 meses recibirá 15 días gratis. Atención al cliente las 24 horas 6 días a la semana por algún problema con la plataforma.</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Los clientes serian estudiantes de 12 años en adelante que ya poseen conocimiento sobre tecnología. Recibirán atención las 24 horas del día durante 6 días a la semana. Instituciones publicas y privadas interesadas en promover el beneficio de suscripción entre estudiantes (becas, responsabilidad social, beneficios para sus colaboradores).</p>
<p><b>Estructura de costes</b> </p> <p>Colaboradores Servicio de Internet Servicio de energía eléctrica</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Suscripciones mensuales para tener el servicio de la plataforma virtual. Métodos de Pago: Transferencia en efectivo y banca en línea por: Banco General, Banco Nacional, Caja de ahorro y PayPal.</p>		

**GUARDERIA FAMILIA HENRIQUEZ** | Estudiante: Isamar Henríquez  
**Carrera:** Licenciatura en Administración de Empresas con énfasis en Banca y Finanzas  
**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

### Idea Innovadora

La Guardería Familia Henríquez, es un proyecto que surgió de las muchas necesidades por la que tiene que pasar una madre soltera, basado en la experiencia de la autora, ya que a lo largo de su vida se he encontrado con muchos obstáculos para poder salir adelante con una hija, tratando de ser una madre ejemplar, de estudiar para superarse y construir un futuro, logrando una vida cómoda. Este proyecto tiene como misión ayudar no solo a las madres solteras sino también a todas las familias que tienen hijos y lamentablemente no tienen quien se los cuide, no tienen quien se los lleve a la escuela, no tienen quien los retire del colegio y quien les ayude con las tareas mientras los padres están trabajando.



### El Problema

Entre unas de las más grandes dificultades a las que se enfrenta una madre soltera y en general muchas familias panameñas es encontrar un lugar donde le cuidaran a sus hijos mientras se asiste al trabajo o se estudia, ya que es muy difícil confiar en una persona que cuide bien a los hijos pequeños y que genere la plena confianza y seguridad de que un hijo esté a salvo.

Se vive en una época en donde los trabajos consumen mucho tiempo y las madres solteras tienen que cumplir como madres, como trabajadoras y como estudiantes muchas veces las madres solteras se encuentran con escenarios en los que deben salir muy temprano de

sus casas al trabajo y no tienen con quien dejar a sus hijos tan temprano en la mañana como a las 4:00 a.m., al salir del trabajo se debe acudir a la universidad y se retorna al hogar a las 10:00 p.m., y los hijos en edad escolar no han estudiado, no han hecho tarea, se llega al hogar a cocinar y cumplir con todo este rol.

## **La Solución**

La propuesta de solución a la situación anterior es un establecimiento donde se pretenden cuidar niños, con edad de 6 meses a 15 años, donde se brindan servicios como guardería 24 horas, transporte de la guardería a la escuela y de la escuela a la guardería, y tutorías a estudiantes desde pre kínder, hasta noveno grado. También se les da alimento a los niños. Cuenta con un área de juegos, salones para estudio, dormitorios, cuneros y comedor.

## **Propuesta de valor**

Se desea ganar la confianza de los clientes y para ellos se ha diseñado un plan el cual consiste en que en las instalaciones se contarán con un sistema de cámaras de seguridad y los padres tendrán una aplicación en su teléfono el cual le va a permitir ver lo que hace su hijo durante el día. Así mismo, se desea que los niños estén: Cómodos, seguros, felices, bien alimentados, que tengan la mejor atención y los mejores cuidados y sobre todo que los padres de familia se sientan felices y confiados de que dejaron a sus hijos en las mejores manos.

## **Socios clave**

Maestros.  
Asistentes.  
Enfermeras.  
Conductor.  
Cocinera.  
Personal de limpieza.  
MEDUCA.

## **Procesos clave**

Constituir la infraestructura de la guardería.  
Obtener los permisos de operación.  
Promover los servicios de guardería.  
Matricular los niños.  
Contratar el personal.  
Planificar las actividades.  
Atender a los padres, representantes y acudientes.

## **Recursos clave**

Personal: maestras, enfermeras, asistentes, conductor, cocinero, personal de mantenimiento y seguridad. Infraestructura, espacio para construir la guardería

---

## Segmento de clientes

Familias con hijos menores de edad de 1 año a 14 años  
 Con dificultades en horarios rotativos y que no cuentan con el apoyo de una persona que les cuide a sus hijos mientras trabajan  
 Usuarios que no tienen quien los lleve a sus hijos a la escuela y los retiren.

## Relaciones con clientes / Canales

Mantener una buena comunicación con los clientes para lograr que nos refieran a sus amigos, vecinos y compañeros de trabajo e incluso familiares. Los canales de comunicación con los clientes serán: Redes sociales, Volanteo y Pedir referidos.










## Estructura de costes

Sueldos del personal: enfermeras, maestros, conductor, personal de limpieza, cocinero  
 Gastos fijos: agua, luz, cable, internet,  
 Todos los gastos que incurre la construcción de una estructura para una guardería como tal y acondicionarla para los niños.

## Fuentes de Ingreso

Matricula de niños y niñas.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Constituir la infraestructura de la guardería                  Obtener los permisos de operación                  Promover los servicios de guardería                  Matricular los niños y niñas                  Contratar el personal                  Planificar las actividades                  Atender a los padres, representantes y acudientes</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Constituir la infraestructura de la guardería                  Obtener los permisos de operación                  Promover los servicios de guardería                  Matricular los niños y niñas                  Contratar el personal                  Planificar las actividades</p> <p><b>Recursos clave</b> </p> <p>Personal: maestras, enfermeras, asistentes, conductor, cocinero, personal de mantenimiento y seguridad.                  Infraestructura, espacio para construir la guardería</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>Se desea ganar la confianza de los clientes y para ellos se ha diseñado un plan el cual consiste en que en las instalaciones se contarán con un sistema de cámaras de seguridad y los padres tendrán una aplicación en su teléfono el cual le va a permitir ver lo que hace su hijo durante el día. Así mismo, se desea que los niños estén: Cómodos, seguros, felices, bien alimentados, que tengan la mejor atención y los mejores cuidados y sobre todo que los padres de familia se sientan felices y confiados de que dejaron a sus hijos en las mejores manos.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Mantener una buena comunicación con los clientes para lograr que nos refieran a sus amigos, vecinos y compañeros de trabajo e incluso familiares..</p> <p><b>Canales</b> </p> <p>Los canales de comunicación con los clientes serán: Redes sociales, Volanteo y Pedir referidos.</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Familias con hijos menores de edad de 1 año a 14 años                  Con dificultades en horarios rotativos y que no cuentan con el apoyo de una persona que les cuide a sus hijos mientras trabajan                  Usuarios que no tienen quien los lleve a sus hijos a la escuela y los retiren.</p>
<p><b>Estructura de costes</b></p> <p>Sueldos del personal: enfermeras, maestros, conductor, personal de limpieza, cocinero                  Gastos fijos: agua, luz, cable, internet,                  Todos los gastos que incurre la construcción de una estructura para una guardería como tal y acondicionarla para los niños.</p>			<p><b>Fuentes de ingresos</b></p> <p>Matricula de niños y niñas.</p> 	

**DULCERÍA SANCHEZ** | Estudiante: Urbana Sánchez  
**Carrera:** Licenciatura en Ingeniería Industrial con énfasis en Calidad y Productividad  
**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

### Idea Innovadora

El presente plan de negocios contempla la creación de un emprendimiento llamado Dulces Sánchez en la Ciudad de Panamá, el cual consiste en un producto de producción y comercialización de dulces a base de frutas típicas, exóticas y naturales que son una irresistible tentación para toda la familia, de una manera muy agradable y bien personalizada.

El propósito de este emprendimiento es ser para los próximos años una empresa líder del mercado minorista en la comercialización de dulces naturales de frutas exóticos y con precios competitivos y con presencia de marca a nivel local, regional y nacional.



## MODELO DE NEGOCIOS

### DULCERÍA SÁNCHEZ



POR: URBANA SÁNCHEZ

### El Problema

En el mundo Las consecuencias económicas ocasionadas por la pandemia han sido de gran efecto para muchos sectores. Suspensión de los contratos de los colaboradores y de la producción de innumerables empresas, desplome del Producto Interior Bruto del país. En definitiva, la crisis del COVID-19 ha golpeado duramente a nuestra economía. Por ello, muchos profesionales, que han tenido que cerrar sus negocios o que han perdido su trabajo, deciden reinventarse y crear nuevos proyectos.



En todas las crisis existidas y vividas por la humanidad muchas personas lo han perdido todo, pero algunos se vuelven a levantar con persistencia y tenacidad. Este tipo de persona que saben adaptarse a la situación y aprovechar las nuevas oportunidades, son los que descubren una idea de negocio y emprenden.

### **La Solución**

Esta oportunidad nace para satisfacer la necesidad de las personas que les gustan los dulces y así por medio del sabor emprender este proyecto y expandir el negocio por las diferentes provincias del país de que más personas pueden deleitarse y nutrirse con los deliciosos dulces. La oportunidad de esta idea innovadora es clara ya que no existe en la población algún cliente que no le satisfaga esta personalización de postres que genera exquisitos sabores para cualquier paladar.

### **Propuesta de valor**

La calidad de los postres ofrecidos se garantiza a través de estándares definidos en los contratos con los proveedores, los cuales serán revisados por el maestro pastelero. Asimismo, la calidad del servicio se basará en normas establecidas para la atención al cliente, y será medida y controlada a través de encuestas al mismo. Además, el talento humano será atraído a través de contactos de las escuelas gastronómicas y contactos directos que proporcionen probables candidatos calificados. La empresa plantea conservar el cuidado del medio ambiente a través del manejo diferenciado de residuos y velar por el cumplimiento de estándares de salubridad.

### **Socios clave**

Los socios claves son:  
Granjeros productores de frutas.  
Proveedor de servicios de Internet.  
Supermercado.

### **Procesos clave**

Mantenimiento de la página web.  
Confeción y Ventas de los dulces.  
Elaborar calendario de actividades a realizar.  
Contratación del personal innovador.  
Compra de materiales.

### **Recursos clave**

Páginas web.  
Servicios de Internet.  
Colaboradores.  
Máquinas de cocina.  
Recetas.

## Segmento de clientes

Los clientes son todos los panameños del sector de Juan Díaz y barriadas aledañas. Está dirigido a todos los clientes de todas las edades.

## Relaciones con clientes / Canales

Relación social a distancia.

Redes sociales.

Promociones.

Como canales se utilizarán las Redes sociales: WhatsApp, Facebook, Instagram.

Vía telefónica.

## Estructura de costes

Gastos publicitarios.

Gastos de compra de materiales.

Producción de los dulces.







## Fuentes de Ingreso

Ventas de los dulces.

Transferencias bancarias.

Tarjeta de crédito y débito.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Granjeros productores de frutas                  Proveedor de servicios de Internet                  Supermercado</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Mantenimiento de la página Web                  Confección y Ventas de los dulces                  Elaborar calendario de actividades a realizar                  Contratación del personal innovador                  Compra de materiales</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>La calidad de los postres ofrecidos se garantiza a través de estándares definidos en los contratos con los proveedores, los cuales serán revisados por el maestro pastelero. Asimismo, la calidad del servicio se basará en normas establecidas para la atención al cliente, y será medida y controlada a través de encuestas al mismo. Además, el talento humano será atraído a través de contactos de las escuelas gastronómicas y contactos directos que proporcionen probables candidatos calificados.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Relación social a distancia.                  Redes sociales                  Promociones</p> <p><b>Canales</b> </p> <p>Como canales se utilizarán las Redes sociales                  WhatsApp                  Facebook                  Vía telefónica</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Los clientes son todos los panameños del sector de Juan Díaz y barriadas aledañas.                  Está dirigido a todos los clientes de todas las edades.</p>
<p><b>Estructura de costes</b> </p> <p>Gastos publicitarios                  Gastos de compra de materiales                  Producción de los dulces</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Ventas de los dulces                  Transferencias bancarias                  Tarjeta de Crédito y débito</p>		

**VENTA DE PROPIEDADES POR INTERNET** | Estudiante: David Sedda  
**Carrera:** Licenciatura en Ingeniería Industrial con énfasis en Gestión de Operaciones  
**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

### Idea Innovadora

Esta plataforma contará con videos y panoramas interactivos, de forma que la persona podrá recorrer la casa desde una computadora o Tablet.

Los videos se grabarán en ángulos de 360° de tal modo la persona podrá ver detalladamente toda la propiedad. Con el uso de una cámara de 360° se creará un tour virtual, por medio de una página de internet que permite crear este tipo de videos.

La empresa, además de confeccionar el video, el personal que realizara una inspección para detectar los acabados de la propiedad para colocarlo de introducción, de igual manera colocara las dimensiones de las áreas internas, esto ayudara mucho a los compradores a decidir sobre la propiedad., condiciones en la que está, de forma transparente.



### El Problema

La problemática que inspiró la creación de este emprendimiento se debe a que, a Comienzos del año 2020 las ventas en línea se habían incrementado en un 10%, pero, en el transcurso del año 2020 esta cifra se ha elevado de manera significativa, debido a la pandemia por Covid-19 y las medidas de bioseguridad implementadas por el Estado panameño, creando una situación ideal para impulsar una transición de las ventas con visitas guiadas a las propiedades por las ventas en línea, de forma que la persona podrá recorrer la propiedad desde una computadora o Tablet.

## La Solución

La plataforma propuesta contará con videos y panoramas interactivos, de forma que la persona podrá recorrer la casa desde una computadora o Tablet. Los videos se grabarán en ángulos de 360° de tal modo que el cliente podrá ver detalladamente toda la propiedad. Con el uso de una cámara de 360° se creará un tour virtual, por medio de una página de internet que le permite crear este tipo de videos. La empresa, además de confeccionar el video, agregará información complementaria, ya que el personal realizará una inspección para detectar los acabados de la propiedad para colocarlo de introducción, de igual manera colocará las dimensiones de las áreas internas, y esto ayudará mucho a los compradores a decidir sobre la compra de la propiedad.

## Propuesta de valor

La diferencia entra la empresa propuesta y otras, es que nuestros videos serán interactivos, las personas que confeccionen los videos serán persona que conozcan sobre acabados y estructura. De tal manera que la se ofrecerá una reseña en video al cliente sobre los acabados y dimensiones de la propiedad que desee adquirir, sin necesidad de que el cliente, bajo las circunstancias actuales de pandemia, deba moverse de su casa u oficina hasta la propiedad para conócela. Esto permitirá:

- Facilitar el trabajo de los brókeres, ya que antes de mostrarla casa de forma presencial lo harán de forma virtual.
- Facilitar al cliente a la hora de la compra y venta de propiedades.
- Detectar anomalías en las propiedades para poder hacer un informe técnico adicional al video.
- Ayudar a los bancos a realizar recorridos y avances de proyectos de forma virtual.

## Socios clave

Para este negocio se tendrán como socios:

- Inversionistas.
- Proveedores de servicio tecnológico.
- Asaciones de Jóvenes Emprendedores.
- Ingenieros.
- Bróker y paginas asociadas (Encuentra24).
- Acobir.
- Remax.

## Procesos clave

- Diseño y desarrollo de la plataforma tecnológica.
- Reuniones con brokers.
- Actividades de Marketing.
- Contrato y entrenamiento del personal.

## **Recursos clave**

Plataforma tecnológica y virtual.  
Camarógrafos.  
Servicios de Internet.

## **Segmento de clientes**

Está dirigido a varios grupos, como brokers, promotoras, bancos, ingenieros, y asociaciones como Acobir y empresas de bienes y raíces como Remax., de igual forma para toda persona que desee evaluar o empezar a ver dónde puede comprar o alquilar una propiedad, y a propietarios que deseen vender o arrendar para llegar que su propiedad de una forma más atractiva pueda ser vista.

## **Relaciones con clientes / Canales**

A través de la Plataforma Virtual.  
Encuestas de satisfacción.  
Suscripciones para eventos y promociones.  
Correo electrónico.  
Teléfono celular.  
WhatsApp.  
Redes sociales:  
Instagram  
Facebook







## **Estructura de costes**

Gastos tecnológicos.  
Gastos por personal.  
Gastos de publicidad.

## **Fuentes de Ingreso**

Pagos por:  
Suscripciones.  
Creación de video interactivos.  
Publicación de los videos.  
Inspecciones e informe técnico.  
Canales de pago:  
Yappy  
Tarjeta de débito y crédito  
Transferencia y  
Efectivo

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Para este negocio se tendrán como socios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inversionistas.</li> <li>• Proveedores de servicio tecnológico.</li> <li>• Asaciones de Jóvenes Emprendedores</li> <li>• Ingenieros</li> <li>• Bróker y paginas asociadas (Encuentra24).</li> <li>• Acobir</li> <li>• Remax</li> </ul>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño y desarrollo de la plataforma tecnológica.</li> <li>• Reuniones con brokers.</li> <li>• Actividades de Marketing.</li> <li>• Contrato y entrenamiento del personal.</li> </ul>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>La diferencia entra la empresa propuesta y otras, es que nuestros videos serán interactivos, las personas que confeccionen los videos serán persona que conozcan sobre acabados y estructura. De tal manera que la se ofrecerá una reseña en video al cliente sobre los acabados y dimensiones de la propiedad que desee adquirir, sin necesidad de que el cliente, bajo las circunstancias actuales de pandemia, deba moverse de su casa u oficina hasta la propiedad para conócela. Esto permitirá: Facilitar el trabajo de los brókeres, ya que antes de mostrarla casa de forma presencial lo harán de forma virtual.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>A través de la Plataforma Virtual Encuestas de satisfacción Suscripciones para eventos y promociones.</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Está dirigido a varios grupos, como brokers, promotoras, bancos, ingenieros, y asociaciones como Acobir y empresas de bienes y raíces como Remax., de igual forma para toda persona que desee evaluar o empezar a ver dónde puede comprar o alquilar una propiedad, y a propietarios que deseen vender o arrendar para llegar que su propiedad de una forma más atractiva pueda ser vista..</p>
<p><b>Estructura de costes</b></p> <p>Gastos tecnológicos Gastos por personal Gastos de publicidad</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Pagos por: Suscripciones Creación de video interactivos Publicación de los videos Inspecciones e informe técnico Canales de pago: Yappy, Tarjeta de débito y crédito, Transferencia y Efectivo</p>		

**CLEANING SOLUTIONS ERS, S.A** | Estudiante: Euribiades Rodríguez  
**Carrera:** Licenciatura en Ingeniería Industrial con Énfasis en Seguridad y Salud Ocupacional  
**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

**Idea Innovadora**

El presente plan de negocio contempla la creación de una pequeña empresa con visión a establecerse en el mercado nacional y en un futuro en el mercado internacional. La empresa en cuestión llevará el nombre de CLEANING SOLUTIONS ERS, S.A. La misma se dedicará a la venta de insumos de limpieza, de salud e higiene. Cumpliendo con el compromiso de ofrecerle al público productos de primera necesidad, que debido a la situación actual por la cual atraviesa el país, los mismos son de vital importancia en nuestros hogares y también en el trabajo. El proyecto contempla una inversión inicial de B/.2,000.00 los cuales serán aportados por los 3 socios (2 amigos emprendedores y un familiar). Para iniciar con este proyecto no se pretende solicitar crédito alguno.



**El Problema**

La causa principal que nos impulsa se debe a que las autoridades gubernamentales implementaron medidas que se deben adoptar para regresar a la vida cotidiana. La transición hacia una nueva normalidad a la que se enfrenta, demanda que los ciudadanos deben protegerse, esto lo hace obligatorio para todos, y en particular, para quienes deben ejercer sus funciones en la calle.

Actualmente los productos de limpieza, salud e higiene tienen un valor elevado, muchas empresas a raíz de la situación de la pandemia han sido desconsideradas y han elevado

considerablemente los precios de dichos productos en general, aun así, las personas buscando el bienestar de sus familias hacen lo posible para adquirir estos productos que son catalogados como de primera necesidad.

## **La Solución**

La intención de este proyecto es que todos salgan beneficiados, clientes internos, externos y los socios de este proyecto, esto será posible ofreciendo productos de calidad, compatibles con el ambiente y sobre todo a un precio razonable, que esté a alcance de cualquier cliente que desee adquirirlos. Una característica que hará diferenciara a CLEANING SOLUTIONS ERS, SA. del resto de los competidores es su entusiasmo de garantizar la satisfacción del cliente, teniendo un servicio postventa. Esto se hace necesario en nuestros días debido a que muchas empresas venden sus productos, pero no ofrecen un servicio para valorar los aspectos requeridos por el cliente.

## **Propuesta de valor**

Se cuenta con un equipo de trabajo excepcional, gente que ama lo que hace y le pone al trabajo pasión y orgullo, por lo cual se tiene plena certeza de que esta idea será puesta en marcha y desarrollada de la manera más eficiente y eficaz.

La mayoría de los productos son una selección exclusiva y de alta calidad a precios muy competitivos y tomando en cuenta la responsabilidad social que deben tener todas las empresas encaminadas a la administración verde, los productos serán seleccionados con el mayor cuidado posible para cumplir con el cuidado ambiental o ecológico (productos amigables con el ambiente) para garantizar a los clientes una satisfacción a la hora de adquirir los productos e implementos de salud e higiene.

Otro de los aspectos a favor que se tiene es que en caso de que el cliente no pueda apersonarse a la tienda física, puede hacer su pedido de manera online y se le llevará a su domicilio (delivery) completamente gratis en pedidos mayores a cierta cantidad.

También se establece ofrecer productos en combos económicos que se adapten a las necesidades del cliente y a un precio competitivo.

## **Socios clave**

Principalmente el socio clave sería un familiar (un hermano) quien aportaría al capital y se encargaría de distribuir los pedidos al lugar del cliente, también dos amigos colombianos que son ingenieros industriales que fueron compañeros de trabajo, ellos son buenísimos en el tema de implementación y desarrollo de ideas y les comenté de esta idea de emprendimiento y quieren unirse al mismo. Por otra parte, sería un aliado clave el proveedor KIPE CORP, quien es un proveedor de productos de limpieza, salud e higiene en el lugar donde labora, cabe destacar que este proveedor me dejaría los productos a un precio competitivo el cual me generaría ganancias sustentables.

Es importante tener en cuenta que debido a que todos los socios contamos con carteras de posibles clientes, esto garantiza que la publicidad en primeras instancias se dé por estos posibles clientes.



## **Procesos clave**

Diseños de protocolos de seguridad (incluye venta de insumos e implementos necesarios).  
Entregas a su domicilio.  
Publicidad.

## **Recursos clave**

Personal de delivery y tienda.  
Local.  
Sitio web.

## **Segmento de clientes**

Los clientes potenciales serían las personas cercanas a las cuales cada uno de los socios tenemos como amistades, conocidos, compañeros de trabajo o familiares.  
Los clientes en general serian todas las personas que solicitaran los productos a través de las publicaciones en las Redes sociales: páginas de Facebook o Instagram. Es importante hacer énfasis que los productos que se venderán serian para uso de la familia en general, para todo tipo de personas (niños, jóvenes, adultos y adultos mayores).

## **Relaciones con clientes / Canales**

El plan de negocio contempla contactar con los clientes potenciales, que son básicamente personas conocidas y que tienen la necesidad de adquirir los productos; teniendo en cuenta los diversos canales donde se pueden promocionar los mismos. La finalidad del emprendimiento es ofrecer productos de calidad netamente seguros y confiables.  
Utilizando canales publicitarios como las redes sociales y sitio web para ofrecer y promocionar los productos.

## **Estructura de costes**










Haciendo un estudio de presupuesto inicial se ha dispuesto que cada socio aportará un capital de B/.500.00 para alcanzar un capital neto inicial de B/. 2,000.00 para empezar operaciones. Dichos fondos se contemplan de nuestros actuales trabajos. No se pretende solicitar crédito alguno.

Según un estudio de rentabilidad podemos proyectar un buen desempeño y desarrollo de nuestro emprendimiento. La parte legal la completará un abogado (un familiar), quien no cobrará por el servicio prestado. También es importante mencionar que la tienda física es un activo propio (de uno de los socios) por lo cual no se tendrá el gasto fijo de alquiler.

## **Fuentes de Ingreso**

Venta de productos de aseo y limpieza, implementos de protección ante Covid-19, insumos para la salud e higiene en general.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Principalmente el socio clave sería un familiar (un hermano), también dos amigos colombianos que son ingenieros industriales que fueron compañeros de trabajo. Por otra parte, sería un aliado clave el proveedor KIPE CORP, quien es un proveedor de productos de limpieza, salud e higiene.</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Diseños de protocolos de seguridad (incluye venta de insumos e implementos necesarios). Entregas a su domicilio.</p> <p>Publicidad</p> <hr/> <p><b>Recursos clave</b> </p> <p>Plataforma</p> <p>Personal de delivery y tienda</p> <p>Local</p> <p>Sitio Web</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>Se cuenta con un equipo de trabajo excepcional, gente que ama lo que hace y le pone al trabajo pasión y orgullo, por lo cual se tiene plena certeza de que esta idea será puesta en marcha y desarrollada de la manera más eficiente y eficaz. La mayoría de los productos son una selección exclusiva y de alta calidad a precios muy competitivos y tomando en cuenta la responsabilidad social que deben tener todas las empresas encaminadas a la administración verde, los productos serán seleccionados con el mayor cuidado posible para cumplir con el cuidado ambiental o ecológico (productos amigables con el ambiente).</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>El plan de negocio contempla contactar con los clientes potenciales, que son básicamente personas conocidas y que tienen la necesidad de adquirir los productos; teniendo en cuenta los diversos canales donde se pueden promocionar los mismos.</p> <hr/> <p><b>Canales</b> </p> <p>Utilizando canales publicitarios como las redes sociales y sitio web para ofrecer y promocionar los productos.</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Los clientes potenciales serían las personas cercanas a las cuales cada uno de los socios tenemos como amistades, conocidos, compañeros de trabajo o familiares.</p> <p>Los clientes en general serían todas las personas que solicitaran los productos a través de las publicaciones en las Redes sociales: páginas de Facebook o Instagram. Es importante hacer énfasis que los productos que se venderán serían para uso de la familia en general, para todo tipo de personas (niños, jóvenes, adultos y adultos mayores).</p>
<p><b>Estructura de costes</b> </p> <p>Personal</p> <p>Equipos de delivery (motos)</p> <p>Productos e insumos de salud e higiene.</p> <p>Publicidad.</p> <p>Servicios de Internet</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Venta de productos de aseo y limpieza, implementos de protección ante Covid-19, insumos para la salud e higiene en general.</p>		

## **HOJALDRES RELLENOS** | Estudiante: David Lasso

**Carrera:** Licenciatura en Ingeniería en Redes de Comunicaciones con énfasis en Seguridad

**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

### **Idea Innovadora**

Los hojaldres rellenos no se tratan de alguna receta especial, ya son algo que existe que pueden verse como empanadas asadas de carne, pollo, queso, etc. Las propuestas en esta idea de negocio son distintas, éstas están hechas, basadas en la receta original y en los comentarios de los clientes, para mejorar nuestro servicio y la receta. Adicionalmente, se trata de un emprendimiento en el que se atiende a los clientes a través de las Redes sociales, tal como Instagram, WhatsApp, entre otras, con entrega a domicilio, como Apetito 24, globo, Uber Eats. La prioridad serán siempre los clientes para que practiquen la fidelidad y estén siempre con “Hojaldres Rellenos” y nunca se les defraude.

The image shows a Business Model Canvas for 'Hojaldres Rellenos'. It features a central photograph of several golden-brown, filled pastries on a white plate. The text 'Hojaldres Rellenos' is written in white on a red background above the photo, and 'Modelo de Negocio' is written in red on a white background below the photo. The canvas is framed by a red border and includes logos for 'Unicyt Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología' and 'Unicytios UNICYT Incubator of Startup' in the top corners. At the bottom right, it says 'Presentado por: David Lasso'.

### **El Problema**

Como consecuencia de la crisis por la pandemia por Covid 19, y la cesación de los contratos laborales de muchas personas, como un medio de previsión, surge la idea de las Hojaldres Rellenos. Fue ideada por la necesidad de ganar más dinero, por la familia, para poder pagar las cuentas, comprar caprichos y siempre tener un dinero extra además del que se gana laboralmente. No se comienza como algo grande.

## **La Solución**

Los negocios no suelen comenzar como las personas quieren y generalmente tendrán altas y bajas, pero todo es parte del proceso del emprendimiento, y a veces hay que dar el paso para poder arriesgarnos por que uno no sabe si puede ganar o perder, a la final es la determinación del emprendedor, si quiere seguir. Desde la base de Hojaldres Rellenos se atiende a la ciudad de Panamá, todo es medido y siempre se les pide a los clientes que especifiquen la dirección claramente para poder llevar el producto al hogar, al final, le hacemos una encuesta a través de la aplicación de cómo le pareció el producto y el servicio y le hacemos la pregunta, si le gustaría subirnos a sus redes sociales.

## **Propuesta de valor**

Los hojaldres rellenos son snacks hechos con masa de hojaldre con distintos tipos de rellenos, como: carne, pollo, puerco, chorizo, queso o mixtos, por lo que hay una gran variedad para todos los gustos. Al ser horneados, son mucho más saludables que las empanadas y otros productos similares que son fritos, y se pueden degustar tanto calientes como fríos. Lo que hace diferente a Hojaldres Rellenos de otros emprendimientos similares es que siempre ha sido y siempre será de la mejor calidad posible, la pasión por la labor de cocinar para sus clientes, la pasión por la cocina solos es comparable al placer de compartirlo.

## **Socios clave**

Colaboradores.  
Panadería Cesarin.  
Familiares apoyo.  
Supermercados.  
Empresa del servicio de gas doméstico.  
Delivery que realice las entregas.

## **Procesos clave**

Compra de materiales.  
Elaboración de los hojaldres.  
Subir a las Redes sociales todos los días la existencia de hojaldres.  
Recepción de pedidos y Despacho de pedidos.

## **Recursos clave**

Local.  
Plataforma virtual.  
Materiales y Empaques.  
Maquinaria y equipos de cocina.  
Servicio de gas para la cocina.  
Servicios de: Internet, electricidad. agua del IDAAN.

## Segmento de clientes

Público en general que se comunican por las aplicaciones de las redes sociales para hacer los pedidos. Familiares, amigos y conocidos, que ya han probado los hojaldres y les gusta.

## Relaciones con clientes / Canales

Si el cliente demuestra su preferencia por nuestros hojaldres, se guarda su número telefónico o WhatsApp y dirección para agilizar las entregas a su domicilio.

También, se le mantiene como referencia para preguntarles si les gusta el servicio. Los hojaldres rellenos se presentan en redes sociales: Facebook, Instagram, WhatsApp.

## Estructura de costes

Materiales.

Personal.

Servicios a domicilio.

Mantenimiento de aplicaciones.










Perdidas de material.

## Fuentes de Ingreso

Pago por pedidos al detal.

Pagos por pedidos al mayor.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Achieving Colaboradores. Panadería Cesarin. Familiares apoyo. Supermercados. Empresa del servicio de gas doméstico. Delivery que realice las entregas.</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Captación Compra de materiales. Compre de harina. Elaboración de los hojaldres. Subir a las Redes sociales todos los días la existencia de hojaldres Recepción de pedidos. Despacho de pedidos.</p> <p><b>Recursos clave</b> </p> <p>Colaboradores Local. Plataforma virtual. Materiales. Empaques. Maquinaria y equipos de cocina. Servicio de gas para la cocina. Servicio de Internet.</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>Los hojaldres rellenos son snacks hay una gran variedad para todos los gustos. Al ser horneados, son mucho más saludables que otros productos similares que son fritos, y se pueden degustar tanto calientes como fríos. Lo que hace diferente es que siempre será de la mejor calidad posible, la pasión por la labor de cocinar para sus clientes, la pasión por la cocina solos es comparable al placer de compartirlo.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Si el cliente demuestra su preferencia por nuestros hojaldres, se guarda su número telefónico o WhatsApp y dirección para agilizar las entregas a su domicilio. Los hojaldres rellenos se presentan en redes sociales</p> <p><b>Canales</b> </p> <p>Los hojaldres rellenos se presentan en redes sociales: Facebook, Instagram, WhatsApp.</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Público en general que se comunican por las aplicaciones de las redes sociales para hacer los pedidos. Familiares, amigos y conocidos, que ya han probado los hojaldres y les gusta.</p>
<p><b>Estructura de costes</b> </p> <p>Materiales Personal Servicios a domicilio Mantenimiento de aplicaciones Perdidas de material</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Pago por pedidos al detal Pagos por pedidos al mayor</p>		

**FRUTAS Y VERDURAS EXPRESS** | Estudiante: Alexandra Zaldívar  
**Carrera:** Licenciatura en Administración de Empresas con énfasis en Relaciones Laborales y Recursos Humanos  
**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

**Idea Innovadora**

Se trata de un negocio de apoyo familiar, dedicado a la distribución de frutas, legumbres y vegetales con los más altos estándares de calidad. Las verduras y las hortalizas aportan muchos beneficios a la nutrición y previenen enfermedades. Son sobre todo importantes porque regulan el tránsito intestinal y porque las vitaminas que aportan modulan muchos procesos metabólicos. En este emprendimiento se hace uso de métodos para la conservación de alimentos, como el empacado al vacío y recomendaciones para su almacenamiento en casa. En esta idea de emprendimiento se hace un importante esfuerzo en el control de todos los diferentes procesos de recolección, sabores, colores y texturas, para así lograr satisfacer las necesidades de todos nuestros clientes.

El cliente tiene la opción de escoger sus alimentos a su gusto, ofreciendo, además, promociones en canastas ya armadas para los clientes. La venta individual será a partir de una libra por producto.



## **El Problema**

Panamá es una ciudad rodeada de selva, y campos de cultivo de distintas características, permitiendo a sus ciudadanos el disfrute de una dieta sana y saludable, que incluya frutas y hortalizas que se exhiben y se venden en mercados y supermercados. Sin embargo, las medidas restrictivas de la circulación por la pandemia del Covid-19, son un obstáculo para buscar por cuenta propia, las frutas y verduras que requieren las personas para sus distintas dietas. Por ello esta idea pretende resolver las necesidades de las personas, sobre todo, e aquellas que están impedidas de moverse libremente, por alguna incapacidad o por pertenecer a la tercera edad y no contar todo el tiempo con el apoyo de sus familiares. Pro también, para la persona común que desee que alguien le pueda prestar este servicio, mientras cumple con otras necesidades y responsabilidades.

## **La Solución**

La idea de emprendimiento, Frutas y Verduras Express lo que se pretende es tener un establecimiento propio en una ubicación accesible, y poder emprender en un mini mercadito de ventas de frutas, legumbres, verduras.

## **Propuesta de valor**

En Frutas y Verduras Express se contará con un servicio a domicilio gratuito, organizado con las rutas en un horario establecido. El objetivo es brindarle al cliente comodidad y confiabilidad de entrega y calidad en los productos. Se hará lo posible por contar con mercancía adicional, de las frutas y legumbres más solicitadas disponible, al momento de la entrega por si surge alguna venta adicional.

## **Socios clave**

Colaboradores (familiares) y cosechadores de frutas, legumbres y hortalizas.  
Empresa proveedora de Internet.  
Merca Panamá.

## **Procesos clave**

Compra de frutas, legumbres y Verduras al mayor.  
Venta de frutas, legumbres y Verduras al detal.  
Orientación de la entrega a domicilio.  
Armar los pedidos correctamente y asegurarse que estén completos.

## **Recursos clave**

Colaboradores.  
Plataforma Virtual.  
Servicio de Internet.

## Segmento de clientes

Disponible para todo público mayor de edad.  
Va dirigido a todos los lugares en Panamá centro, Barriadas, Corregimientos.

## Relaciones con clientes / Canales

Brindar un excelente servicio desde la realización de los pedidos hasta la entrega del mismo.

Sugerencias de Compras  
Cumplimiento en los pedidos y en el tiempo de entrega.  
WhatsApp empresarial.  
Facebook.  
Instagram.









## Estructura de costes

Colaboradores.  
Compras de Productos.  
Compra de Bolsas para entrega y los materiales para el empacado del mismo.  
Publicidad.  
Gasolina.

## Fuentes de Ingreso

Venta de frutas, legumbres y Verduras al detal.  
Canales de Pago: Transferencia y Efectivo.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Colaboradores (familiares) y cosechadores de frutas, legumbres y hortalizas.</p> <p>Empresa proveedora de Internet</p> <p>Merca Panamá</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Compra de frutas, legumbres y Verduras al mayor y Verduras al detal. Orientación de la entrega a domicilio. Armar los pedidos correctamente asegurar que estén completos.</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>En Frutas y Verduras Express se contará con un servicio a domicilio gratuito, organizado con las rutas en un horario establecido. El objetivo es brindarle al cliente comodidad y confiabilidad de entrega y calidad en los productos. Se hará lo posible por contar con mercancía adicional, de las frutas y legumbres más solicitadas disponible, al momento de la entrega por si surge alguna venta adicional.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Brindar un excelente servicio desde la realización de los pedidos hasta la entrega del mismo. Sugerencias de Compras Cumplimiento en los pedidos y en el tiempo de entrega..</p> <p><b>Canales</b> </p> <p>Las redes sociales: WhatsApp empresarial Facebook Instagram</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Las frutas y Verduras estarán disponible para todo público mayor de edad. Va dirigido a todos los lugares en Panamá centro, Barriadas, Corregimientos.</p>
<p><b>Estructura de costes</b> </p> <p>Colaboradores. Compras de Productos Compra de Bolsas para entrega Publicidad Gasolina</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Venta de frutas, legumbres y Verduras al detal Canales de Pago: Transferencia y Efectivo.</p>		



**SERVICIO VIVIENDO A PLENITUD** | Estudiante: Gianni Tovar  
**Carrera:** Licenciatura en Ingeniería Industrial con Énfasis en Gestión de Operaciones  
**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

### Idea Innovadora

El Proyecto Viviendo a Plenitud busca brindar y cubrir asistencia domiciliaria y nace como respuesta a los problemas diarios de las personas mayores y dependientes de las familias panameñas. El propósito principal es proveer servicios a la medida de las necesidades, con el más alto grado en calidad y confianza en el cuidado y atención de adultos mayores, fortaleciendo la relación entre familias, dependientes y cuidadores. Pone en contacto a familias con problemas de dependencia y cuidadores expertos proporcionando así un servicio de cuidado domiciliario, a través de una plataforma online para iniciar el proceso, asegurando así una mejor calidad de vida de la persona dependiente frente a otras opciones de institucionalización.

The image shows a Business Model Canvas for 'Viviendo a Plenitud'. At the top left is the 'unicyt' logo (Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología) and at the top right is the 'unicytios' logo (UNICYT Incubator of Startup). The central title is 'Viviendo a Plenitud'. Below this, there are two main sections: on the left, a logo of a lotus flower with the text 'VIVIENDO A PLENITUD' and 'HEALT & WELLNESS'; on the right, a photograph of an elderly woman being cared for by a woman, with the text 'Cuidado para su familiar a la medida'. At the bottom, the text 'Modelo de Negocios' is displayed, and in the bottom right corner, it says 'Por Gianni Tovar'.

### El Problema

Específicamente la ciudad de Panamá ha sufrido un crecimiento en cuanto a las exigencias y nuevos estilos de vidas, propios de una ciudad en pleno auge, cada vez son más las personas trabajan más tiempo con salarios que van en aumento, pero como consecuencia genera que las familias se encuentren más alejadas, y muchas incluso sin tener el cuidado que necesitan por alguna condición o por el mismo estado de adultez.

Es por ello que por el poco tiempo que disponen las familias, demandan servicios que puedan brindarles tranquilidad y seguridad al confiarle algún miembro de su familia y su hogar a un tercero, para que pueda satisfacer sus necesidades mientras ellos cumplen con sus obligaciones sin descuidar a su familiar y sabiendo que están en las mejores manos.

De las opciones actuales que existen en el mercado son los asilos de ancianos, las cuales se encargan del cuidado del adulto, que no todos cumplen con las necesidades específicas de sus familiares y la segunda opción es el cuidado de una persona ajena al hogar por recomendación de un conocido (doméstica), misma que por lo general no cuenta con educación ni practica especializada para desarrollar dicha actividad.

Específicamente en el caso de personas mayores es común no encontrar una persona calificada y con vocación que proporcione una atención de calidad.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), entre 2015 y 2050, el porcentaje de los habitantes del planeta mayores de 60 años casi se duplicará, pasando del 12% al 22%. La población está envejeciendo de forma acelerada en varias regiones del mundo, y Panamá no escapa de este proceso demográfico.

En un informe de la Contraloría General de la República señala que, si bien la población tanto hombres como mujeres mayores de 60 años aumentarán, esta población en edades avanzadas hacia 2040 sobrepasará el millón de personas y hacia el final del período de estudio, es decir, 2050, se espera que alcancen el 1.3 millones de habitantes. Se evidencia que este incremento no será inmediato, pero se deben tomar medidas afrontar este desafío en temas como salud y cobertura en seguridad social.

Estudios recientes también revelan que un alto porcentaje de los pacientes de atención domiciliaria tienen necesidades insatisfechas.

## **La Solución**

Es por esto que se ha propuesto en esta idea innovadora crear a Viviendo en Plenitud, para satisfacer las necesidades de las familias que requieran el cuidado de personas mayores con personal calificado para tales fines, con la seguridad y el respaldo de una empresa, brindando la mejor atención.

Viviendo a Plenitud ofrecerá a Panamá y específicamente a la ciudad y alrededores, un servicio único y a la medida de las necesidades demandadas por la población pero que no han sido satisfechas aún. Un concepto diferente que mejore el sistema de cuidado domiciliario, la participación ciudadana, el intercambio generacional y la mejora de los entornos en barrios y ciudades para convertirlos en lugares amigables en donde se les valore como personas mayores, siendo conscientes de su importancia en la sociedad.

Ofrecerá asistencia domiciliaria, algunos de los servicios:

Dieta – Menú saludable.

Higiene personal.

Asistencia técnica como control de signos vitales, tratamientos, etc.

Terapias y ejercicios.

Masajes.

Limpieza del área de la persona a cuidar.

## **Propuesta de valor**

Los principales competidores son todos los residencias u hogares que ofrezcan servicios especiales para personas mayores, y específicamente en Panamá existen más de veinte residencias privadas, distribuidas en todo el territorio nacional. Si bien la cifra puede parecer alta, no es suficiente para la creciente población en el país, adicional que considerando los aspectos técnicos que ofrecen versus los que ofrece Viviendo en Plenitud, hace una gran diferenciación, ya que estas residencias ofrecen principalmente un servicio en el sitio que ellos disponen para ello, mientras que Viviendo en Plenitud ofrece servicio en sitio, en sus hogares de forma de promover la relación familiar sin excluirlos de su círculo y a la vez ofreciendo un servicio de la más alta calidad.

Por lo antes expuesto, no se considera competencia directa, los clientes que requieran el servicio no tendrás muchas más opciones similares en el mercado y los proveedores con los que se necesita negociar, estarán más dispuestos a generar una buena relación comercial, por lo que el negocio es viable.

## **Socios clave**

Instituciones de salud.  
Universidades.  
Doctores.

## **Procesos clave**

Selección y contratación de personal.  
Marketing.  
Atención a las Redes Sociales.

## **Recursos clave**

Personal capacitado y comprometido.  
Cultura organizacional basada en valores éticos.  
Ambiente de confianza, calidad y respeto.

## **Segmento de clientes**

Según las encuestas realizadas, los principales clientes serán los adultos, profesionales en su mayoría con un ingreso medio, que en su núcleo familiar tengan algún dependiente adulto mayor con o sin alguna condición médica, al cual no le pueda brindar tiempo ni asistencia por cumplir con sus deberes y obligaciones diarias, pero este dispuesto a ofrecer a su familiar calidad de vida pagando por un servicio de primera.

Los usuarios serán los adultos mayores por el quien fue contratado el servicio, sin embargo, también él será quien contrato el servicio, ya que contara con asistencia personalizada, así como su familiar en caso de requerir alguna información o servicio, para lo cual fue concebida la empresa.

## Relaciones con clientes / Canales

Se contará con alianzas estratégicas con instituciones de salud y doctores, ofreciendo descuentos en los costos de la cuota inicial del plan elegido.

Se realizará una fuerte campaña de promoción y marketing en todo el territorio nacional, mediante redes sociales, radio y asistencias físicas en instituciones de salud.

Para lograr mayor penetración en el mercado y en el menor tiempo posible, se dispone a comprar espacios de publicidad en radios. Así como también ofrecer presentación en eventos sociales familiares e incluso en instituciones de salud y formación del sector. También se utilizarán las redes sociales y correos de información a clientes.

Importante el desarrollo de material promocional, y contar con la su presencia en diferentes espacios para promocionar el servicio y algunos testimonios reales para lograr la recomendación a través de otros.

## Estructura de costes






Costos de operación.

Costos de mercadeo

## Fuentes de Ingreso

Ingresos por contrato firmados.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Instituciones de salud Universidades Doctores</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Selección y contratación de personal Marketing Atención a las Redes sociales</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>Los principales competidores son todos los residencias u hogares que ofrezcan servicios especiales para personas mayores, y específicamente en Panamá existen más de veinte residencias privadas, distribuidas en todo el territorio nacional. Por lo antes expuesto, no se considera competencia directa, los clientes que requieran el servicio no tendrás muchas más opciones similares en el mercado y los proveedores con los que se necesita negociar.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Se contará con alianzas estratégicas con instituciones de salud y doctores, ofreciendo descuentos en los costos de la cuota inicial del plan elegido. Campaña de promoción y marketing en todo el territorio nacional.</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Público adultos, profesionales en su mayoría con un ingreso medio, que en su núcleo familiar tengan algún dependiente adulto mayor con o sin alguna condición médica, al cual no le pueda brindar tiempo ni asistencia por cumplir con sus deberes y obligaciones diarias-</p>
<p><b>Estructura de costes</b></p> <p>Costos de operación Costos de mercadeo</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b></p> <p>Ingresos por contrato firmado</p>		

## **SERVICIO DE LIMPIEZA GENERAL LARTAM** | Estudiante: Tatiana Mendoza

**Carrera:** Licenciatura en Ingeniería Industrial con énfasis en Gestión de Operaciones

**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

### **Idea Innovadora**

La idea que se presenta es crear una empresa de servicio de limpieza general de casas oficinas carros además de mantenimiento donde la coordinación se realizará mediante una página web donde se pueda agendar las citas a los clientes y la cotización de los servicios que soliciten.



### **El Problema**

Para muchas personas el trabajo de limpieza es muy forzado y desagradable por el hecho de tener que lidiar con los contenedores de basura, en algunos casos algo pesados y también con el polvo, los desperdicios, malos olores, además de los riesgos implícitos en el manejo de la basura. Por ello prefieren contratar los servicios de terceros para que se encarguen de estos procesos, poco deseables, pero, necesarios para mantener los ambientes sanos, tanto en el hogar como en las oficinas. Adicionalmente a esta situación, ahora, por causa de la pandemia por Covid-19, se han extremado las precauciones en el manejo de los desperdicios, y se requiere el uso de medidas de bioseguridad adicionales, por parte de quienes tienen la responsabilidad de mantener los ambientes, tanto en el hogar como en las oficinas.

## **La Solución**

En la actualidad los servicios de limpieza son muy necesarios, aunque siempre son importantes para una buena higiene y salud. Es por eso que aparte de realizar otras actividades nació la idea de brindar este servicio ya que, a solicitud de los clientes, en su momento, ayudaron a innovar, contribuyendo con sus ideas, al negocio en sus inicios y se decidió ponerlo en funcionamiento. La idea Innovadora de esta propuesta es Prestar un servicio de limpieza general de casas, oficinas, carros, apartamentos, bancos además de mantenimiento donde la coordinación se realizará mediante una página web donde se pueda agendar las citas a nuestros clientes y la cotización de los servicios que soliciten.

## **Propuesta de valor**

El uso de una página web donde se pueda agendar las citas a nuestros clientes y la cotización de los servicios que soliciten, agrega versatilidad al negocio, permitiendo organizar las solicitudes y los grupos de colaboradores que realizaran los trabajos de forma más ordenada y expedita. Además, permite administrar la aplicación de forma remota, permitiendo desarrollar la planificación con menos retardo y de forma mas oportuna para el control de los equipos de colaboradores que se requieren.

## **Socios clave**

Distribuidores de productos de limpieza.  
Colaboradores.  
Proveedor de Internet.  
MINSA.

## **Procesos clave**

Gestión de permisos de operación.  
Contratación de colaboradores.  
Marketing.  
Mantenimiento de aplicación.  
Atención al cliente.  
Servicio de limpieza.  
Supervisión.

## **Recursos clave**

Portal web.  
Colaboradores.  
Materiales y herramientas de limpieza.

## **Segmento de clientes**

Dueños y administradores de: Oficinas, Apartamentos, Casas, Depósitos, Autos y Bancos.

## Relaciones con clientes / Canales

Página web para información.

Visitas periódicas.

Encuestas de satisfacción.

Promociones.

Canales: Redes Sociales, WhatsApp, Gmail, Instagram, Tarjetas de presentación.

## Estructura de costes

Papelería de inicio de Actividad.

Compra de equipo de protección y uniformes.








Compra de máquinas e insumos.

## Fuentes de Ingreso

Pagos por servicios de limpieza.

Contratos firmados.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Distribuidores de productos de limpieza</p> <p>Colaboradores</p> <p>Proveedor de Internet</p> <p>MINSA</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Gestión de permisos de operación</p> <p>Contratación de colaboradores</p> <p>Marketing</p> <p>Mantenimiento de aplicación</p> <p>Atención al cliente</p> <p>Servicio de limpieza</p> <p>Supervisión</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>El uso de una página Web donde se pueda agendar las citas a nuestros clientes y la cotización de los servicios que soliciten, agrega versatilidad al negocio, permitiendo organizar las solicitudes y los grupos de colaboradores que realizaran los trabajos de forma más ordenada y expedita. Además, permite administrar la aplicación de forma remota, permitiendo desarrollar la planificación con menos retardo y de forma mas oportuna para el control de los equipos de colaboradores que se requieren.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Página Web para información.</p> <p>Visitas periódicas</p> <p>Encuestas de satisfacción</p> <p>Promociones</p> <p>el territorio nacional.</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Dueños y administradores de:</p> <p>Oficinas</p> <p>Apartamentos</p> <p>Casas</p> <p>Depósitos</p> <p>Autos</p> <p>Bancos</p>
<p><b>Estructura de costes</b> </p> <p>Papelería de inicio de Actividad</p> <p>Compra de equipo de protección y uniformes</p> <p>Compra de máquinas e insumos</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Pagos por servicios de limpieza</p> <p>Contratos firmados</p>		

**ALFA CLÁSICO** | Estudiante: Dorian Rivas

**Carrera:** Licenciatura en Ingeniería Industrial con énfasis en Calidad y Productividad

**Fecha de realización del proyecto:** junio 2020

## Idea Innovadora

Esta idea consiste en una tienda digital basada en moda masculina.

Inicialmente se iniciaría con la venta de gran variedad de perfumes, relojes, gorras, así como productos para el cuidado del cabello y barba, productos como ceras, champús especiales, y productos como minoxidil para el crecimiento del cabello o barba.

Está dirigida a hombres, jóvenes y adultos.

Lo que hace especial esta idea es que está basada a un hobby, este mercado es muy amplio y se puede ver ganancias, teniendo proveedores directos lo cual, tengo en la mayoría de los productos que menciones, y en el futuro implementar, ropa y calzado, así como productos de salud, algo que estaría en los planos a futuro.

Los productos los conseguiría a través de un contacto directo, y los clientes empezaría con amistades y mediante publicidad en redes sociales



## El Problema

El hombre no suele invertir mucho tiempo buscando un perfume en una tienda, y ahora con las restricciones de circulación y el distanciamiento social, es más complicado abastecerse del producto, por lo que una tienda en línea puede ser la alternativa favorita. Según los grandes diseñadores, en la moda masculina hay un “deber ser”, el hombre quiere sentirse cómodo y verse bien. Son pocos los que se prestan a elementos muy



sofisticados a la hora de presentarse y combinar con demasiado esmero ropa y accesorios. En vestuario masculino, lo simple siempre se vuelve una opción ideal. Además, a causa de la pandemia por Covid\_19 se ha vuelto a la sencillez, la normalidad y la funcionalidad marcaron la pauta de la moda masculina en las pasarelas del mundo. El regreso a lo básicos se impone como tendencia y las prendas que brindan mucha practicidad y funcionalidad son las favoritas, siempre acompañadas de un perfume adecuado.

## **La Solución**

La solución es Alfa Clásico, empresa dedicada a la venta de productos como perfumes y otros basada en moda masculina. Se contará con productos 100% originales y con un servicio de calidad para que la experiencia del cliente sea amena. Se pretende darles confianza a los clientes con productos de calidad y 100% originales, que el cliente tenga una tienda de confianza en moda masculina, que le ayude a mejorar su imagen con las mejores opciones del mercado, flexibilidad en métodos de pagos y entregas oportunas.

## **Propuesta de valor**

En Panamá existen muchas tiendas de perfumes, como Luryx y algunas otras en línea como este emprendimiento, y la ventaja de Alfa Clásico es que los perfumes son originales y los pagos pueden ser contra entrega, también será una tienda registrada, otra ventaja es que la atención es más personalizada y con trato respetuoso y cordial con el cliente. También, gracias a los proveedores se ofrecen precios competitivos. Además de vender los productos, también, los clientes pueden hacer consultas sobre sus compras de productos nuevos y diversos.

## **Socios clave**

Proveedores de perfumes.  
Proveedores de artículos para caballeros.  
Colaboradores.

## **Procesos clave**

Compra de perfumes y de artículos para caballeros.  
Atención a los pedidos.  
Entrega a domicilio.

## **Recursos clave**

Publicidad.  
Colaboradores.  
Portal web.  
Computadora.  
Vehículo para entregas (moto).

## Segmento de clientes

Este emprendimiento está enfocado para caballeros de toda edad, y que residan en el territorio nacional. Se hacen entregas en la ciudad de Panamá y al interior.

## Relaciones con clientes / Canales

Con el Portal web se interactúa con el cliente, y con promociones sobre los productos. Además del portal web, se hará uso de las Redes sociales.










## Estructura de costes

Compra de perfumes y de artículos para caballeros.  
Colaboradores.  
Servicio de Internet.

## Fuentes de Ingreso

Venta de perfumes.  
Venta de artículos para caballeros.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Distribuidores de productos de limpieza Colaboradores Proveedor de Internet MINSA</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Compra de perfumes Compra de artículos para caballeros Atención a los pedidos Entrega a domicilio</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>Clásico es que los perfumes son originales y los pagos pueden ser contra entrega, también será una tienda registrada, otra ventaja es que la atención es más personalizada y con trato respetuoso y cordial con el cliente. También, gracias a los proveedores se ofrecen precios competitivos. Además de vender los productos, también, los clientes pueden hacer consultas sobre sus compras de productos nuevos y diversos.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Con el Portal Web se interactúa con el cliente, y con promociones sobre los productos.</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Caballeros de toda edad, y que residan en el territorio nacional. Se hacen entregas en la ciudad de Panamá y al interior.</p>
<p><b>Recursos clave</b> </p> <p>Publicidad Colaboradores Portal Web Computadora Vehículo para entregas (moto)</p>		<p><b>Canales</b> </p> <p>Además del Portal Web, se hará uso de las Redes sociales.</p>		
<p><b>Estructura de costes</b> </p> <p>Compra de perfumes Compra de artículos para caballeros Colaboradores Servicio de Internet</p>			<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Venta de perfumes Venta de artículos para caballeros</p>	



Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología  
<http://unicyt.net>