



# **UNICYTios UNICYT INCUBATOR OF STARTUP**

**SEMILLERO DE PROYECTOS 2020**

**Vol. 1**

# **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 1:** 978-9962-738-01-5

**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 0, 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:** 10.47300/978-9962-738-01-5

## Contenido

	Pág.
Introducción	5
<b>FARCONOMIC</b>   Estudiante: Wiliam Rodríguez	7
<b>SANADI PURIFY</b>   Estudiante: Geriluz Simiti	11
<b>ECOMÓVIL CARWASH</b>   Estudiante: Carlos Mendoza	15
<b>SECRETARIA VIRTUAL PTY</b>   Estudiante: Yaneth Alarcón	19
<b>MIELAND</b>   Estudiante: Carlos Mata	23
<b>TURISMO ACUÁTICO EN SANTA ROSA</b>   Estudiante: Kenia Noriega	27
<b>GUÍA TURÍSTICA VIRTUAL THE GOOD TRAVELER</b>   Estudiante: Harninchs Rodríguez	31
<b>LOMBRIGRANJA</b>   Estudiante: Francisco Small	35
<b>SPRAY SARYT PARA EL CABELLO</b>   Estudiante: Chisna Tilley	39
<b>ROPA MODESTA PARA DAMAS</b>   Estudiante: Roxana Choto	43
<b>MÁQUINA DISPENSADORA DE ALIMENTOS</b>   Estudiante: Keyla Lima	46
<b>ECO LIFE</b>   Estudiante: Jesús Barria	50
<b>GUARDERÍA EN UN CENTRO COMERCIAL</b>   Estudiante: Yeniveth	54
<b>RED WIFI GRATUITA DE PANAMÁ</b>   Estudiante: Isaac Birguson	58
<b>ABUELITOS EN FORMA</b>   Estudiante: Ayleen García	61
<b>CHIQUITINES</b>   Estudiante: Yiniva Peñalba	65
<b>ECO PAÑALES</b>   Estudiante: Adriana Rodríguez	69
<b>BATIDOS LA COSECHA</b>   Estudiante: Shaddai Santizo	74

## 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 01-2020. 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, 18 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 18 modelos de negocio publicados en esta edición recogen los resultados del curso Design Thinking, Startup y Lean Canvas realizado por 18 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, sino también 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*



**FARCONOMIC** | Estudiante: Wiliam Rodríguez  
**Carrera:** Licenciatura en Contabilidad y Finanzas  
**Fecha de realización del proyecto:** marzo 2020

### Idea Innovadora

La idea principal de este proyecto consiste en la creación de una aplicación móvil sobre los procesos de comercialización de medicamentos al detal, en beneficio de la población mayor de edad, en general, como una respuesta a las necesidades actuales para encontrar un fármaco, sin deber recorrer los distintos expendios para conocer las existencias y los precios.



En tal sentido, FARCONOMIC es una aplicación que permite encontrar los mejores precios y medicamentos de calidad en farmacias a nivel nacional, esta idea nace de la necesidad que tiene la población de adquirir medicamentos ya que la mayoría de las veces hay que comprarlas en farmacias privadas, ya que por lo general en la Caja de Seguro Social (CSS) o, en los centros de salud, no tienen los medicamentos que se requieren. A todo esto, se añade la problemática que se crea por la existencia de diferentes opciones para un medicamento, al considerar que existen los medicamentos genéricos, que son más económicos y también hay medicamentos de marcas, producidos por laboratorios transnacionales y que tienen precios superiores a los genéricos.

Es por ello por lo que se busca con esta aplicación es que las personas tengan a su disposición, en sus dispositivos móviles inteligentes, esta herramienta que les permitirá saber que farmacia cuenta con uno o un conjunto de medicamentos que sean requeridos.

La aplicación le permitirá al usuario ver en la pantalla de su teléfono inteligente o cualquier otro dispositivo, el número de teléfono de la farmacia que tiene disponible él, o los medicamentos y cuales opciones, así podrá llamar y obtener información de cual y cuantos medicamentos hay disponible y el o los precios.

Con relación a la oportunidad, se determinó que es ahora ya cuando es una necesidad que tiene la población, la aplicación se diferencia de la competencia, en este caso, una aplicación de ACODECO, ya que, esta solamente les permite a los usuarios verificar 40 medicamentos, en cambio, esta propuesta se tiene pensado incluir más de 40 medicamentos, que los usuarios podrán verificar su disponibilidad.

Para convencer a los dueños y directores de las farmacias para que pongan a la disposición de este proyecto sus inventarios, lo primero sería reunirse con ellos y explicarles el proyecto en sí, los beneficios tanto para ellos como para la población ya que sus ventas aumentarían porque se considera que las farmacias que decidan participar serán vistas con buenos ojos por la población y aumentarían sus ventas ya que los clientes sentirán que estas farmacias se preocupan por su salud, también a estas farmacias que participen se les dará publicidad gratuita a través de las diferentes redes sociales, también se tiene pensado hacer alianza con industrias farmacéuticas para que le distribuyan a las farmacias medicamentos de forma directa a un buen precio y de esta manera tendrán surtidos sus inventario, también se tiene pensado hacer alianza con los bomberos, cruz roja para que apoyen con este proyecto.

Con relación a la oportunidad, se determinó que es ahora ya cuando es una necesidad que tiene la población, la aplicación se diferencia de la competencia, en este caso, una aplicación de ACODECO, ya que, esta solamente les permite a los usuarios verificar 40 medicamentos, en cambio, esta propuesta se tiene pensado incluir más de 40 medicamentos, que los usuarios podrán verificar su disponibilidad.

## **El Problema**

Esta idea de emprendimiento pretende atender la falta de medicamentos en centros de salud y caja de seguro social, muchas veces no se encuentran los medicamentos en las farmacias privadas, a la cual se recurre ya sea porque está agotado y se pierde mucho tiempo y dinero.

## **La Solución**

La solución que se propone permitirá a las personas poder encontrar el medicamento en la farmacia en que se encuentra, y así ahorrar tiempo y dinero, y podrán tener toda esta información con solo darle clic a la app de Farconomic. El usuario tendrá a su disposición todos los medicamentos necesarios.

## **Propuesta de valor**

Farconomic es una app diseñada para brindarle información a la ciudadanía sobre en qué farmacia se encuentra el medicamento que busca, además, les permitirá a los usuarios comparar precios en las diferentes farmacias.



En cuanto a: ¿Cómo convencería a las farmacias para que pongan a su disposición sus inventarios?

Los convencería de esta manera, lo primero sería reunirme con ellos y explicarles el proyecto en sí, los beneficios tanto para ellos como para la población ya que sus ventas aumentarían porque considero que las farmacias que decidan participar, serán bien consideradas por la población y aumentarían sus ventas ya que, los clientes sentirán que estas farmacias se preocupan por su salud, también a estas farmacias que participen, se les dará publicidad gratuita a través de las diferentes redes sociales, también se tiene pensado hacer alianza con industrias farmacéuticas para que le distribuyan a las farmacias medicamentos de forma directa a un buen precio y de esta manera tendrán surtidos sus inventario, también se tiene pensado hacer alianza con los bomberos, cruz roja para que le den apoyo al proyecto.

### **Socios clave**

Los socios claves en Farconomic son los dueños de farmacias, que den ser convencidos de compartir, en modo de solo lectura, sus datos actualizados de inventario. También, los bomberos, la cruz roja y otros organismos de salud, que pueden colaborar con la difusión de este emprendimiento. Así mismo, los centros de salud se consideran socios estratégicos del proyecto, al compartir los mismos usuarios.

### **Procesos clave**

Los procesos claves de Farconomic son: el desarrollo y mantenimiento de la aplicación Farconomic, Hosting de la aplicación, la actualización de los inventarios de las farmacias en la aplicación, las promociones de fármacos, las promociones de las operadoras de telefonía móvil.

### **Recursos clave**

La aplicación Farconomic, la cobertura geográfica de las operadoras de telefonía móvil, los dispositivos terminales, el equipo humano que mantiene los procesos clave.

### **Segmento de clientes**

Esta app está diseñada para toda la población que tiene la necesidad en algún momento de adquirir algún medicamento.

Todas las personas mayores de edad.

Empresas de analítica de usuarios.

Empresas de analítica de farmacias.

## Relaciones con clientes / Canales

Los canales de Farconomic son: la App online, Apple store, Play store. Además, se promocionará la app en diferentes redes como: Facebook, YouTube, Instagram.

## Estructura de costes

Inversión inicial  
 Contratación de personal  
 Mantenimiento de la aplicación  
 Publicidad

## Fuentes de Ingreso

Publicidad de las farmacéuticas.  
 Promociones de cadenas de farmacias.  
 Promoción de operadores de telefonía móvil.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>2 problema</b></p> <p>1 Falta de medicamentos en centros de salud y caja de seguro social.                  2 muchas veces no encontramos el medicamento en la farmacia privada a cuál recurrimos ya sea porque está agotado y perdemos tiempo y dinero.</p>	<p><b>4 solución</b></p> <p>1 las personas podrán encontrar el medicamento en la farmacia en que se encuentra así ahorrara tiempo y dinero, y podrán tener toda esta información con solo darle clip a la app de Farconomic.                  2 A su disposición todos los medicamentos necesarios.</p>	<p><b>3 proposición de valor único.</b></p> <p>1 Farconomic es una app diseñada para brindarle información a la ciudadanía en que farmacia se encuentra el medicamento que busca.                  2 Permite comparar precios en las diferentes farmacias.</p>	<p><b>9 ventajas</b></p> <p>1 La principal ventaja es que podrá consultar y saber que farmacia tiene el medicamento esto, incluye más de 40 productos.                  2 Esta app estará disponible para cualquier sistema operativo.                  3 La aplicación será gratuita, pero los dispositivos de control tendrán un costo.</p>	<p><b>1 seguimiento de clientes.</b></p> <p>Esta app está diseñada para toda la población que tiene la necesidad en algún momento de adquirir algún medicamento.                  Analítica de usuarios.                  Analítica de farmacias.</p>	
<p><b>8 métricas</b></p> <p>1 realización de ofertas en medicamentos dependiendo de cada farmacia.                  2 descarga de la aplicación.                  3 visitas a la página web.</p>		<p><b>5 Canales</b></p> <p>1 App online, Apple store, Play store.                  2 Se promocionará la app en diferentes redes como: Facebook, YouTube, Instagram.</p>			
<p><b>7 estructura de costes</b></p> <p>Inversión inicial                  Contratación de personal                  Mantenimiento de la aplicación                  Publicidad</p>			<p><b>8 flujo de ingresos</b></p> <p>Publicidad de las farmacéuticas                  Promociones de cadenas de farmacias                  Promoción de operadores de telefonía móvil</p>		

**SANADI PURIFY** | Estudiante: Geriluz Simiti  
**Carrera:** Licenciatura en Turismo con énfasis en Hotelería  
**Fecha de realización del proyecto:** marzo 2020

### **Idea Innovadora**

La idea principal de este proyecto es la producción de unas pastillas sin olor, color, ni sabor, para purificar el agua, cuando se tenga duda de que esta no sea 100% potable. Las pastillas limpiarán más del 99% del agua, dejándola pura y lista para tomar.

Con una sola pastilla se puede purificar hasta 500 ml y es muy fácil de utilizar, solo requiere verter la pastilla en el envase y dejarla actuar por tres minutos y se verá de inmediato como purifica el agua, es decir que, en menos de cinco minutos se puede pasar de agua no potable a agua potable.



### **El Problema**

La problemática que pretende resolver esta idea es la escasez de agua potable a nivel mundial. Lamentablemente, los sistemas para potabilizar el agua son costosos y pueden requerir complejos equipos para potabilizar el agua; por ejemplo, la potabilización del agua del mar es un proceso complicado y costoso.

Por otra parte, el cambio climático hace impredecible obtener agua de lluvia a través de los embalses y lagunas artificiales para tal fin.

Así mismo, existe una alta contaminación en los ríos.

## **La Solución**

Con el producto propuesto las personas podrán disponer de una solución sencilla, practica y económica. Además, se podrá innovar también en aditamentos con sabores para satisfacer distintos gustos. También, se ofrecerá asesoría para atender casos especiales.

## **Propuesta de valor**

SANADY PURIFY provee una solución segura, económica y fácil de aplicar para convertir agua insalubre en agua potable.

Lo que diferencia este producto de los demás es el tiempo que le toma a la pastilla purificar, el precio es mucho más bajo que otros productos similares, y la rentabilidad del producto.

## **Socios clave**

Para SANADY PURIFY los socios claves son:

Las farmacéuticas y droguerías que suplen los insumos químicos  
Las grandes cadenas de supermercados y farmacias, que venderán el producto.

## **Procesos clave**

Compra de insumos.  
Control de calidad de insumos en inventario.  
Proceso de mantenimiento de la fábrica.  
Producción de SANADY PURIFY.  
Distribución de SANADY PURIFY.  
Promoción de SANADY PURIFY.

## **Recursos clave**

Planta de producción.  
Ingredientes químicos.  
Formula.  
Cadena de distribución.  
Colaboradores.

## **Segmento de clientes**

Este producto es para todo público mayor de edad que requiera purificar agua para consumo humano.

También es para las empresas productoras de alimentos para el consumo humano que requieran de agua potable en su proceso productivo, sector alimentos, sector farmacéutico, sector salud, sector educativo y cualquier otro afín.

## **Relaciones con clientes / Canales**

Para ello se utilizará una página web de la empresa que registrará la opinión y sugerencias, así como, posibles reclamos de los usuarios. Esta página web además permitirá ventas al mayor y también atender proyectos particulares de clientes o clientes potenciales.

Además, se promocionará el producto en diferentes redes sociales, como Facebook, Instagram, WhatsApp.

Otra forma de promocionar el producto será la entrega de muestras gratis de SANADY PURIFY en ferias, eventos y campañas, con un folleto explicativo de las características y ventajas del producto.

## **Estructura de costes**

Insumos químicos.

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

Nómina de colaboradores.

Impuestos.

Costos de mantenimiento.

## **Fuentes de Ingreso**

Ventas directas a distribuidores.

Ventas directas para eventos y proyectos especiales.

Ventas indirectas a través de los supermercados y farmacias.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>2 problema</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Escases de agua potable</li> <li>2. Alto costo para purificar el agua natural.</li> <li>3. Complejos equipos para purificar el agua de mar</li> <li>4. Cambio climático hace impredecible obtener agua de lluvia.</li> <li>5. Alta contaminación en las aguas de los ríos.</li> </ol>	<p><b>4 solución</b></p> <p>1 las personas podrán disponer de un producto sencillo, practico y económico.</p> <p>2 innovación en el aditamento de sabores para distintos gustos.</p> <p>3 Se ofrecerá asesoría para casos especiales.</p> <p><b>8 métricas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ventas mensuales.</li> <li>2. Preferencias de presentación del producto.</li> <li>3. Comentarios directos de los distribuidores.</li> <li>4. Comentarios de usuarios recibidos por la página Web.</li> </ol>	<p><b>3 preposición de valor único.</b></p> <p>1 SANADI PURIFY provee una solución segura, económica y fácil de aplicar para convertir agua insalubre en agua potable para el consumo humano. Solo se debe verter una pastilla para cada 500 ml. Y esperar unos minutos. Su formula es capaz de neutralizar los contaminantes mas peligrosos y otros para garantizar agua potable.</p>	<p><b>9 ventajas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Seguro.</li> <li>2 Practico.</li> <li>3 Económico.</li> <li>4 Fácil de aplicar</li> </ol> <p><b>5 canales</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Se promocionará el producto en diferentes redes como: Facebook, WhatsApp e Instagram.</li> <li>2 Una página Web permitirá ventas al mayor y atender proyectos particulares.</li> <li>3 Entrega de muestras en ferias, eventos y campañas.</li> </ol>	<p><b>1 seguimiento de clientes.</b></p> <p>Este producto es para todo público mayor de edad, que requiera purificar agua para consumo humano.</p> <p>Una pagina Web de la empresa registrara la opinión y sugerencias, asi como posibles reclamos de los usuarios.</p>
<p><b>7 estructura de costes</b></p> <p>Inversión inicial                  Proveedores de insumos                  Mano de obra                  Equipamiento necesario para la fabricación</p>		<p><b>Flujo de ingresos</b></p> <p>Ventas directas del producto al mayor                  Ventas indirectas a través de distribuidores autorizados (Farmacias y Supermercados)                  Canal Web de ventas al mayor.</p>		



**ECOMÓVIL CARWASH** | Estudiante: Carlos Mendoza  
**Carrera:** Licenciatura en Ingeniería en Redes de Comunicaciones con énfasis en Seguridad  
**Fecha de realización del proyecto:** marzo 2020

### Idea Innovadora

La idea principal de EcoMobile CarWash consiste en desarrollar una app similar a Uber, Glovo o Appetito24 en donde sea posible solicitar a domicilio el lavado ecológico exprés de su auto. Para profundizar en la idea, muchas personas ya conocen aplicaciones como Uber Eats, Glovo, otras similares, en donde los creadores de las aplicaciones no son dueños de los vehículos que prestan el servicio. Bueno siguiendo esta idea, básicamente la aplicación prestaría una plataforma para que las personas que deseen generar ingresos lavando vehículos a domicilio puedan beneficiarse. Así, como se puede ver en la imagen, solo se proveería de un kit (que será vendido por parte de la aplicación a los colaboradores) de lavado ecológico y socio de la aplicación deberá aportar la moto para la atención de las solicitudes de lavado. Se escoge una moto precisamente para evitar el congestionamiento de la ciudad. La idea es utilizar vehículos como los de la siguiente imagen:



### El Problema

Esta idea nace debido a que Panamá es una ciudad bastante congestionada por tráfico, y que normalmente la mayoría de las personas que trabajan en horario de oficina tienen muy poco tiempo para ir a lavar sus autos, por lo tanto, esto sería una posible solución a este problema.

## **La Solución**

La solución deriva de la necesidad descrita anteriormente, existe un nicho de mercado de personas que se le puede satisfacer de una manera rápida, eficaz y eficiente, ahorrando su tiempo y como consecuencia mejorando su calidad de vida. Es por esto por lo que el presente proyecto está dirigido a la creación de una aplicación móvil que será utilizada para solicitar el lavado ecológico de autos a domicilio, específicamente a los lugares de trabajos (centros/edificios corporativos) ubicados en el centro de la Ciudad de Panamá.

## **Propuesta de valor**

El lavado ecológico de autos no es una idea nueva, sin embargo, el hacerlo en conjunto con una aplicación como idea de negocios es algo innovador.

En primer lugar, se necesita entender el funcionamiento del lavado ecológico de autos: básicamente se trata de un método de lavado económico y respetuoso con el medio ambiente, que utiliza entre 500 ml a 4 litros de agua para lavar un vehículo, mientras que el lavado tradicional consume más de 500 litros de agua para lavar un solo vehículo. Esto representa una ventaja al momento de solicitar el lavado a través de la aplicación, ya que la cantidad de agua que se gasta es muy pequeña, y no habría problemas en realizarla en prácticamente cualquier lugar.

## **Socios clave**

El recurso humano que trabajara lavando los vehículos, deben ser personas comunes que deseen obtener ingresos realizando el lavado de autos a domicilio. Debe gustarles su trabajo y poseer licencia para conducir motocicleta.

El proveedor de Internet y el prestador del servicio de hosting de la página web de EcoMobile CarWash, también son socios clave.

## **Procesos clave**

Reclutamiento de colaboradores lava autos.  
Promoción del servicio.  
Gestión de licencia de trabajo.  
Mantenimiento de la aplicación.

## **Recursos clave**

Personal de mantenimiento de la aplicación.

---

Los colaboradores que lavan los vehículos.  
Licencia de operación.  
Permisos de operación.

### **Segmento de clientes**

Propietarios y propietarias de vehículos.  
Empresas con flotas de vehículos.  
Agencias de autos nuevos y usados.  
Empresas de alquiler de vehículos.

### **Relaciones con clientes**

Inicialmente, mediante volanteo.  
Promociones en servicios adicionales.  
Fidelización mediante la aplicación móvil EcoMobile CarWash  
Atención personalizada en la oficina central.  
Sistema de control de calidad de servicio (similar al de Uber).  
Recomendaciones de los clientes satisfechos.

### **Canales**

Aplicación móvil EcoMobile CarWash  
Redes sociales de EcoMobile CarWash.  
Recomendaciones de los clientes satisfechos.  
Oficina central.








### **Estructura de costes**

Con relación al tema de costos, debe definirse en base a un estudio previo para poder determinar la viabilidad del proyecto, y realizar los ajustes que sean necesarios para llevarlo adelante.

### **Fuentes de Ingreso**

Para el tema de financiamiento, se tiene la idea de que sea a través de préstamos adquiridos en entidades bancarias que apoyen este tipo de emprendimientos, además que el monto inicial no sería muy alto para iniciar las pruebas iniciales de un prototipo de la aplicación.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Colaboradores (Socios) que utilizaran la aplicación para trabajar y generar ingresos.</li> <li>Comercializadoras de productos ecológicos para el lavado de vehículos.</li> <li>Agencias de motocicletas.</li> <li>Entidades bancarias para trabajar en conjunto para proveer los recursos necesarios a los colaboradores para adquirir la motocicleta.</li> </ul>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Solución de un problema común.</li> <li>Prestación de un servicio on site y on demand.</li> </ul> <p><b>Recursos clave</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Socios de negocio (personas que utilizaran la aplicación para dar el servicio)</li> <li>Plataforma tecnológica para la aplicación.</li> </ul>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ahorro de tiempo al momento del lavado de tu auto, lo que se traduce en mejor calidad de vida</li> <li>Servicio personalizado, y adaptado a las necesidades del cliente</li> <li>Posibilidad de lavar tu auto en cualquier momento del día sin afectar tus labores diarias.</li> </ul>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Atención personalizada</li> <li>Encuestas de satisfacción</li> <li>Sistema de calificación</li> <li>Centro de quejas y sugerencias</li> </ul> <p><b>Canales</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicación móvil</li> </ul>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sector Corporativo de la ciudad, edificios de oficinas, estacionamientos públicos y privados, universidades.</li> <li>Personas que trabajen en las locaciones antes descritas con un jornada laboral de 8am-5pm y para el caso de las universidades incluyendo el horario nocturno.</li> </ul>
<p><b>Estructura de costes</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Creación y mantenimiento de la aplicación.</li> <li>Habilitación de una oficina para la atención a los socios y los clientes.</li> <li>Creación y registro de empresa, pago de impuestos y aviso de operaciones.</li> <li>Comisiones de venta para los socios</li> <li>Herramientas de trabajo (Kit de lavado ecológico para socios)</li> </ul>		<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Se realizaran cobros mediante tarjetas de debito o crédito una vez culminado el servicio.</li> <li>Se pondrá a disposición un sistema de propinas adicionales en caso de que el cliente quiera dejársela a la persona que lavo su vehículo.</li> </ul>		

**SECRETARIA VIRTUAL PTY** | Estudiante: Yaneth Alarcón  
**Carrera:** Licenciatura en Administración de Empresas con énfasis en Relaciones Laborales y Recursos Humanos  
**Fecha de realización del proyecto:** marzo 2020

### **Idea Innovadora**

La idea “SECRETARIA VIRTUAL PTY” está dirigida a todo empresario o emprendedor que brinde un servicio o producto, y desea ahorrar como, por ejemplo: Abogados, médicos, estilistas, vendedores de autos, personas que no puedan contestar llamadas a diario pero que tampoco pueden perder clientes, entre otros.



Así, SECRETARIA VIRTUAL PTY ofrecerá a sus clientes los servicios de: Atención inmediata a las llamadas, desvío de llamadas al número indicado, facilitado por el contratante, envío automático de reporte, entre otros.

### **El Problema**

Muchos ejecutivos no pueden dedicar gran parte de su tiempo contestando llamadas y agendando eventos a diario, que, en muchos casos, no requieren de una toma de decisiones importantes o de gran dificultad; pero, tampoco pueden perder la oportunidad de atender a los clientes que se interesan en los productos y servicios que ofrece la organización.

Ahora, en tiempos de pandemia es más oportuno contar con alguien que atienda en el primer nivel a los clientes y clientes potenciales.

## **La Solución**

La solución a la situación anterior es contar con un colaborador que filtre las llamadas que realmente requieren la atención del ejecutivo, de aquellas que solo requieren una información básica y que, además, pueda agendar procesos de poco nivel de dificultad

## **Propuesta de valor**

A través de esta idea, los usuarios se ahorrarán dinero en contratos, beneficios sociales, tales como: Décimos, vacaciones, entre otros. En conclusión, obtendrá un ahorro de costos y tiempo inmediato.

Además, permitirá ofrecer una imagen profesional a sus clientes, no estará sujeto a permanencia, no requiere un cambio de numeración, se podrá estar informado en tiempo real de todas sus llamadas con flexibilidad y rapidez.

## **Socios clave**

Proveedores de servicios de Internet (ISP).  
Proveedores de insumos de oficina (Office Depot; Pricesmart, otros).

## **Procesos clave**

Atención de llamadas entrantes.  
Atención de llamadas salientes.  
Notificaciones de mensajes.  
Información de ubicación.  
Actualización de agenda.

## **Recursos clave**

Computadora.  
Aplicaciones ofimáticas.  
Teléfonos.  
Servicio de Internet.  
Servicio de telefonía móvil.

## **Segmento de clientes**

La idea está dirigida a todo empresario o emprendedor que brinde un servicio o producto, y desea ahorrar como, por ejemplo: Abogados, médicos, estilistas, vendedores de autos,



personas que, por su oficio, no puedan contestar llamadas a diario, pero, que tampoco pueden perder clientes.

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

Los clientes serán contactados a través de una página web, así como, por medio de las redes sociales, Instagram, Google, entre otros.

Hay que resaltar que los clientes contentos son la clave para mantener obtener nuevos clientes.

### **Estructura de costes**

Elaboración y mantenimiento de página web.  
Publicidad en redes sociales.  
Servicio eléctrico.  
Servicio de Internet.  
Planilla (al contar con colaboradores).

### **Fuentes de Ingreso**

A través de la oferta de servicios profesionales con las siguientes tarifas:

- Tendrás la posibilidad de elegir los siguientes horarios, medio turnos o completos
- Tarifas son desde B/. 5.00 la hora y si eliges tiempo completo se hace un ajuste a la tarifa
- Costo por llamada: También podrá decidir, si está iniciando y tiene muy pocas llamadas, tomar el paquete por llamada que sale en B/. 40.00 balboas mensuales y se paga B/. 0.80 por llamadas o mensaje atendido.
- La tarifa seria de aproximadamente B/. 3.00 la hora, en tiempo completo, pero, se puede ajustar la tarifa. El costo por llamadas seria de: B/. 25.00 mensuales fijo, y B/. 0.60 la llamada o texto recibidos.

## Matriz Lean Canvas

Socios Claves	Actividades Clave	Propuesta Única de Valor	Relación con los clientes	Segmento de Clientes
CABLE ONDA PRICEMART OFICCE DEPOT	Llamadas información confiable Notificación de mensajes Información de ubicación. Opciones de planes	Mi negocio es único y especial, porque disponemos de un call center panameño, bilingüe y la diferencia del precio de una virtual a una física no tiene comparación	A Nuestro cliente son de todos los extractos sociales en especial los de clase media baja y tendremos un trato cortés, eficiente y respetuoso con ellos, ya que los clientes contentos son la clave para mantener un negocio en pie.	Nuestro cliente principalmente es del sector mañana centro, pero luego nos expandiremos al interior, y si Dios lo permite afuera.  La idea es crecer en cuanto calidad, para que podamos tener los mejores clientes.
	<b>Recursos Claves</b>  - Computadoras - teléfonos - personal secretarial - útiles de oficina		<b>Canales</b>  Mi negocio se promocionará por medio de una página web, por medio de propagandas pagadas en Instagram y Google, entre otras	
<b>Estructura de Costos</b> Costos por apertura de página web publicación de promociones en redes sociales pago de servicios eléctricos. como también planilla cuando necesite contratar más secretarias virtuales			<b>Flujo de ingresos</b>  Los primeros meses, no se verá la ganancia por la inversión, pero pasados los primeros 6 meses, tengo un estimado de un 30% de la inversión, y si logramos promocionarnos bien al año ya tener un 150% de lo invertido.	

**MIELAND** | Estudiante: Carlos Mata

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

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

## Idea Innovadora

La idea innovadora sobre Mieland se basa en la empatía: se enfoca en la necesidad del consumidor, viendo que el mismo utiliza el azúcar para diversos alimentos, bebidas y otras aplicaciones, pero, como este se ve envuelto en un aumento del 7% de impuesto, se considera que es oportuno crear esta vía alterativa para comercializar la miel.



## El Problema

Ahora con la pandemia y el distanciamiento social, algunas empresas cerrarán sus operaciones parcial o totalmente. Las empresas que utilizan azúcar como insumo, optarán por subir los precios a sus productos.

También, en la oportunidad de poder ayudar a las abejas que están en peligro de extinción, mas ahora con la amenaza por la aparición del avispon mandarína en el noroeste de Norteamérica y que amenaza con diezmar a las abejas melíferas de la zona y expandirse por el continente. Esto podría conllevar a un problema más grave en la mayoría de los alimentos en que la miel forma parte.

Es importante resaltar que la miel trae beneficios para las personas, pero no son muy comercializadas.

## La Solución

Es por ello por lo que la idea planteada consiste en desarrollar una Aplicación, en conjunto con las empresas que producen la miel en Panamá, utilizando una base de datos, para comparar precios, en que puntos poder encontrarlas con un mapeo de estas, darle abundante publicidad al consumidor enfocada en los beneficios del consumo de la miel, y como las abejas se están extinguiendo, y afectarán en gran medida a la agricultura en general.

La oportunidad o Timing indica que la app es oportuna ya que se podría utilizar desde ya, por los beneficios que se pueden obtener.

La estrategia para implementar consistirá en acercarse a los mismos productores de la miel, plantearles la idea de forma clara, y que, con el aporte de su base de datos, brindar su marca para poder darle publicidad. Por su parte, los productores obtendrán un aumento en las ventas. También, se pueden aprovechar los eventos como la Feria de la Miel de abeja que se dio en Panamá en 2019, para comercializar la app, y así explotar la idea.

Características de la app:

- Brindarle a los usuarios información sobre los beneficios que trae el consumo de la miel, además de poder consumirla, explicando cuales otros usos y métodos se le puede dar.
- Ver los precios de las diferentes marcas de miel
- Comparar precios
- Ubicar donde poder encontrarlas.
- Mostrar un calendario de eventos próximos en donde se vea implicada la miel, como ferias de alimentos, eventos de sana nutrición y otros.

## Propuesta de valor

Mieland se diferencia de las otras aplicaciones, primordialmente, en el enfoque concentrado en la miel de abeja comercializada en la República de Panamá, produciendo un referente único y actualizado en materia de este producto nacional

## Socios clave

Los socios claves serán las marcas de miel de abeja que se irán incorporando en la aplicación, considerando que, entre más marcas se incorporen, más se irá esparciendo por todo el país.

Las empresas que presten los servicios de hosting y de Internet son también socios claves, sin menospreciar que sea una misma empresa la que se encargue de ambos servicios.

## **Procesos clave**

Registro de empresas melíferas.  
Registro de listas de productos y lista de precios.  
Inventario de productos.  
Difusión de consejos sobre el uso de la miel de abeja.  
Noticias sobre eventos y ferias con participación de empresas melíferas.

## **Recursos clave**

Quipo de desarrolladores de la aplicación.  
Web server del hospedaje de la página Web.  
Internet.  
Servicio eléctrico.  
Equipo de mercadeo.

## **Segmento de clientes**

Empresas melíferas de Panamá.  
Productores de miel de abeja independientes de Panamá.  
Usuarios consumidores y consumidores potenciales de miel de abeja en Panamá.

## **Relaciones con clientes / Canales**

Los clientes consumidores se verán atraídos por la facilidad de uso de la interfaz de la aplicación, así como por la información sobre la ubicación, marca, comparación de precios. También la información sobre los beneficios del consumo de la miel y un calendario de eventos donde se vea implicada la miel, como ferias de alimentos, y promociones, entre otros.

## **Estructura de costes**

Inversión inicial: Se pagará por un grupo de freelances para el desarrollo de la aplicación y su patente. Se harán los trámites legales correspondiente al emprendimiento.

Mantenimiento de la aplicación y funcionamiento del emprendimiento: El mantenimiento de la aplicación se hará cuando así lo amerite (actualización). Los colaboradores se encargarán de acompañar a los productores de miel en el proceso de registro y de actualización del inventario y la oferta de productos. Otros aspectos importantes son: los costos de hospedaje del sitio web y el servicio de Internet.

## Fuentes de Ingreso

Se generarán ingresos con el porcentaje negociado con las marcas, sabiendo que los primeros meses no habrá ganancias. Al tercer mes, si las marcas ven un aumento de sus ventas con el uso de la aplicación, entonces, se establecerá en el contrato de asociación por un año, un monto específico.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios Claves</b></p> <p>Los socios claves son las marcas que se van uniendo a la aplicación, entre más tenga auge la misma se ira esparciendo con las demás marcas del País.</p>	<p><b>Actividades Clave</b></p> <p>Información de ubicación.                  Datos de Precios Comparación.                  Inventario.                  Consejos de uso de la miel.                  Noticias referentes</p> <p><b>Recursos Claves</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Que las empresas compren la idea, y que obtendrán beneficios de ella.</li> <li>- Grupo de trabajo especializado en creación de Apps.</li> </ul>	<p><b>Propuesta Única de Valor</b></p> <p>Mieland se diferencia de las otras Apps, ya que esta se enfoca concretamente en la miel comercializada en Panamá.</p>	<p><b>Relación con los clientes</b></p> <p>Al cliente le atraerá la ventaja de que en una app pueda encontrar donde esta la miel, por marca, comparación de precios, con el extra de algunos tips de uso de misma miel.</p> <p><b>Canales</b></p> <p>Llegará al cliente por medio de la publicidad que otorgaran las diferentes marcas de miel, en páginas web, vallas publicitarias, redes sociales, y demás.</p>	<p><b>Segmento de Clientes</b></p> <p>Los clientes destinados para uso de la App son para el País de Panamá, primero en lanzamiento en la Capital, luego en las demás provincias, y para toda la familia.</p>
<p><b>Estructura de Costos</b></p> <p>Salario del Grupo de trabajo para ellos existen freelance que ofrecen sus servicios por la creación de la App, con ello ya luego se patenta, y se ira modificando con el transcurso del tiempo.                  Trámites legales de la empresa con el gobierno.                  Servidores online.</p>		<p><b>Flujo de ingresos</b></p> <p>Se estará generando ingreso con el porcentaje negociado con las marcas, viendo los primeros meses sin ganancia alguna, y luego si las empresas en el 3er mes observan un aumento en las ventas con el uso de la app. Se establece en el contrato de asociación 1 año de un monto en específico.</p>		



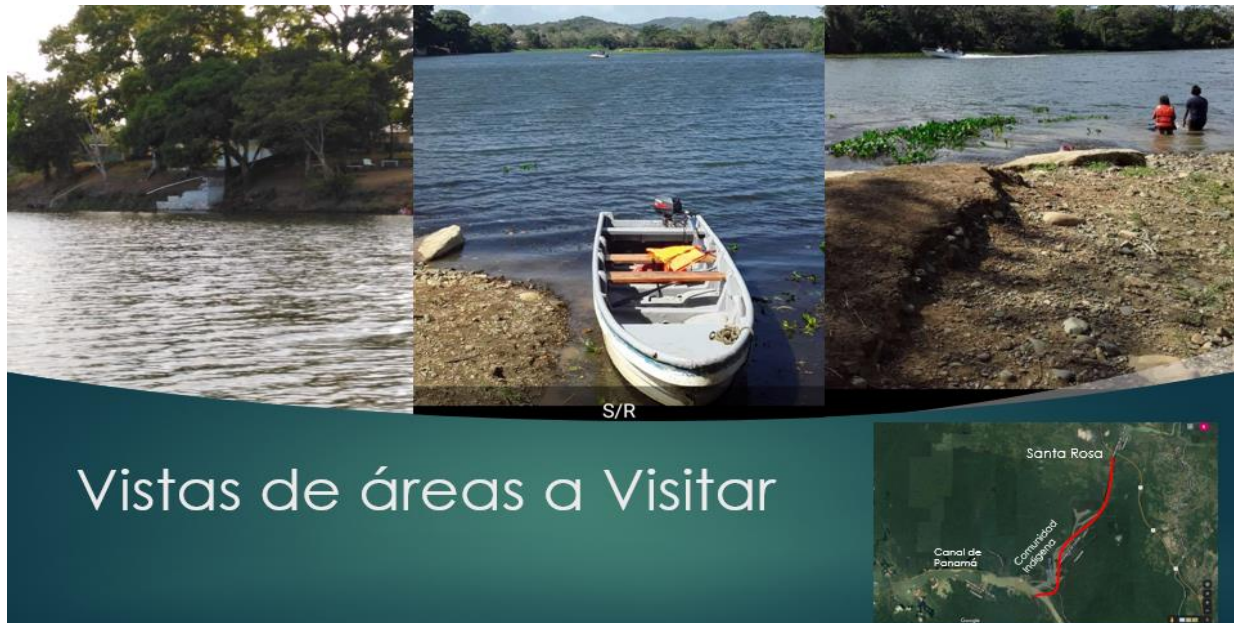
**TURISMO ACUÁTICO EN SANTA ROSA** | Estudiante: Kenia Noriega  
**Carrera:** Licenciatura en Contabilidad y Finanzas  
**Fecha de realización del proyecto:** marzo 2020

**Idea Innovadora**

Santa Rosa es un corregimiento en la provincia de Colón, en Panamá, ubicada a orillas del río Chagres, que es una corriente de agua continua que desemboca al noroeste en el mar Caribe y por su caudal, puede navegarse.

La localidad cuenta con una diversidad de atractivos, que incluyen el Camino de Cruces y una cantidad significativa de senderos dentro del Parque Chagres.

Se trata de organizar un emprendimiento para realizar turismo en la Comunidad de Santa Rosa en la Provincia de Colón el cual está ubicada a orillas del río Chagres. La idea nace inspirada en que la comunidad recibe muchas visitas para aprovechar el río como balneario, sin embargo, se considera que, si la comunidad ofreciera otros servicios de interés turístico, como: paseos en lancha y paseos y alquiler de jet sky, recibiría muchas más visitas de las que ya recibe.



**El Problema**

La situación económica de la comunidad de Santa Rosa es muy dependiente del turismo, sin embargo, a pesar de la navegabilidad del río Chagres, la falta de alternativas de actividades acuáticas ha estancado el crecimiento del turismo en la comunidad.

El desempleo y otras circunstancias propias de la provincia afectan también la economía local.

## **La Solución**

La idea de incorporar otras alternativas al uso de los balnearios del río Chagres, como las diversiones acuáticas y combinarlas con la oferta gastronómica local. Esta idea traería grandes beneficios para la comunidad, porque es un área con paisajes muy hermosos no muy alejada, además, podría traer ingresos y trabajos para las personas desempleadas de la comunidad y ayuda a que sea autosostenible.

Así mismo, otro tema muy importante es que se promoverá la conservación del río Chagres para que no sea contaminado y la conservación de sus riquezas naturales con las que cuenta a lo largo del río.

## **Propuesta de valor**

Lo que diferencia esta propuesta de otros similares es su enfoque fluvial, al aprovechar las aguas del río Chagres y combinar las actividades acuáticas novedosas a nivel local, con las actividades ya existentes. La buena atención al cliente, precios accesibles y ofrecer una experiencia única donde el cliente quedará satisfecho.

También, se contará con lugares para camping familiar, sitios donde se pueden ver y fotografiar la flora y la fauna, particularmente una buena diversidad de aves y árboles frutales y en general, las vistas únicas para el turismo de aventura y el fotográfico.

## **Socios clave**

La Autoridad de Turismo de Panamá (ATP) tiene entre sus funciones supervisar y coordinar la ejecución de la gestión turística nacional.

El Servicio Nacional de Fronteras de la República de Panamá, cuya misión es proteger la vida, bienes y demás derechos y libertades de quienes se encuentren bajo la jurisdicción de la República.

Hoteles y Hostales cercanos o en la Ciudad de Panamá.

Microempresarios y emprendedores locales.

## **Procesos clave**

Obtención de licencias.

Publicación de ofertas de servicios.

Creación de paquetes promocionales.  
Reserva de paseos y planes de visita y diversión.  
Mantenimiento de redes sociales.

### **Recursos clave**

Licencias de operación.  
Botes para paseos y alquiler.  
Cuatro jets sky para paseos y alquiler.  
Salvavidas y radios de comunicación.  
Colaboradores (Capitanes de bote y marinos; teletrabajadores recepcionistas, soporte de página web y redes).

### **Segmento de clientes**

La propuesta está dirigida a todas las personas interesadas en conocer la comunidad y sus riquezas naturales, incluyendo menores de edad acompañados por sus padres o representantes.

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

Se hará uso de las redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, otras), con imágenes de la comunidad y paisajes, así como, propuestas concretas de servicios y paquetes.

También se harán convenios con hostales y hoteles cercanos y en la Ciudad de Panamá, con promociones por grupos numerosos, entre otras.

### **Estructura de costes**

Inversión inicial en las licencias de operación, compra de lanchas y jet sky.  
Contratación de personal.  
Diseño de publicidad para las redes sociales.

### **Fuentes de Ingreso**

Ingresos por servicios prestados.

## Matriz Lean Canvas

2. Problema	4. Solución	3. Preposición de valor único.	9. Ventajas	1. Seguimiento de clientes
La comunidad de Santa Rosa es un área geográfica del interior de Panamá, deprimida por la falta de empleos, pero con unas características naturales que le hacen propicia para el turismo con actividades acuáticas.	Promover la comunidad como área turística para desarrollar una fuente de ingreso, las personas podrán realizar pesca en el área, así como, actividades acuáticas, variedad de lugares que pueden visitarse como comunidades indígenas y el Canal de Panamá.	El turismo acuático en la comunidad de Santa Rosa es una idea que nace para aprovechar las visitas que recibe en todas las épocas del año, sobre todo en el verano, ya que se encuentra en las orillas del Río Chagres, y es utilizado como balneario, por lo que se puede explotar para paseos en lancha, jet sky, y visitas de áreas ecológicas y comunidades indígenas, además del Canal de Panamá. Al mismo tiempo nos permite promover la conservación de nuestro río y la naturaleza.	1. Promover a proteger el medio ambiente. 2. Los costos serían muy accesibles. 3. Fuente de ingreso para la comunidad.	Este servicio está dirigido a todas las personas que estén interesados en conocer la comunidad y sus riquezas naturales.
	<b>8. Métricas</b> Oferta de alternativas de servicios. Elementos que garanticen la seguridad tanto en las actividades acuáticas como en tierra. Número de visitantes.		<b>5. Canales</b> Se hará uso de las redes sociales con imágenes y propuestas concretas de servicios. Se harán convenios con los hoteles.	
<b>7. Estructura de Costes</b>		<b>Flujo de ingresos</b>		
Inversión inicial en la compra de lanchas y jet sky Contratación de personal Diseño de publicidad para las redes sociales		Ingreso por servicio prestado		



## **GUÍA TURÍSTICA VIRTUAL THE GOOD TRAVELER** | Estudiante:

Harninchs Rodríguez

**Carrera:** Licenciatura en Turismo con énfasis en Hotelería

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

### **Idea Innovadora**

The Good Traveler es una aplicación donde el usuario encontrará, mediante una interfaz de usuario intuitiva, fácil de usar y compatible con las plataformas tecnológicas más comunes (teléfonos inteligentes, computadoras portables o de escritorio), un mapa de Panamá con los puntos que reflejan los lugares turísticos importantes según el turista desee practicar o conocer, y la provincia que le gustaría visitar.

La app le indicará al turista, nacional o extranjero, las mejores rutas para hacer el turismo más seguro y agradable, también le dará información sobre los lugares que visiten, la cual ha sido almacenada previamente, o subida a la aplicación por el turista, según su opinión de los lugares visitados.



En este proyecto se presenta una idea innovadora que puede revolucionar el turismo de una forma única para explotar nuestras riquezas naturales, culturales y étnicas y activar el turismo nuevamente en Panamá de forma local e internacional, también posicionarlo como el mejor Hub de las Américas para vacacionar.

## **El Problema**

La problemática que impulso a crear este emprendimiento es que, los operadores turísticos tienen un alto costo, asociado, por lo general, a la mano de obra especializada, además, en Panamá solo existen aplicaciones para gestionar los hoteles y no para lugares turísticos. Se hace necesario entonces, dar a conocer a Panamá a nivel mundial mediante el uso de fotografías de alta gama. También, se prevé la prestación de un servicio que no trabaja con intermediarios.

## **La Solución**

La propuesta de solución es el desarrollo de una aplicación para teléfonos móviles y computadoras que busque ayudar a los amantes de las aventuras, como a las familias y amigos, a conocer todo Panamá, desde los lugares donde se practiquen cualesquiera de las ramas del turismo, como por ejemplo (turismo étnico, ecológico, religioso, cultural, otra).

Fácil y sencillo de usar, se brindará un mapa del territorio completo de los lugares turístico de Panamá, donde se tendrá la opción de buscar el tipo de turismo que se desea, por ejemplo, si se busca turismo de aventura y dando un simple clic donde dice valga la redundancia “turismo de aventura” aparecerán todas las opciones sobre lugares donde se promueve el turismo de aventuras organizados por provincias y de igual forma que los tipos de turismo que se practican en Panamá. La aplicación facilitará una vista sobre la ruta, tiempo real de recorrido y kilómetros por recorrer. Sabiendo ya que seguimos los pasos anteriores:

Paso 1- turismo de aventura.

Paso 2- elegir provincia (Panamá oeste)

Paso 3- lugar de preferencia (chame-playa caracol).

## **Propuesta de valor**

Se pretende darle al turista, un servicio de calidad, con mejores recomendaciones sobre los lugares a visitar, brindarles seguridad a todos los turistas, sean extranjeros o locales a la hora de usar la aplicación.

## **Socios clave**

Proveedor de Internet.

Proveedor de servicio de soporte de página web.

Proveedor de servicio eléctrico.

ATP (Autoridad de Turismo de Panamá).



## **Procesos clave**

Desarrollo y mantenimiento de la aplicación.  
Soporte técnico a los usuarios.  
Registro de los usuarios en The Good Traveler.  
Atención a las solicitudes de los usuarios.

## **Recursos clave**

Aplicación The Good Traveler.  
Internet.  
Información de la ATP.  
Colaboradores.

## **Segmento de clientes**

La aplicación lo pueden usar individuos adultos y jóvenes desde los 10 años en adelante, bajo la supervisión de un adulto, ya que es practica y sencilla.

## **Relaciones con clientes / Canales**

Se hará seguimiento a los usuarios / clientes mediante su registro de usuario, mediante el uso de la analítica de los datos de los usuarios y de destinos. Los usuarios podrán conservar sus perfiles, aún después de tres meses de inactividad, pero, no mayor a 18 meses de inactividad.

Se hará uso de las distintas redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter y YouTube) para mantener la relación con los usuarios, brindándoles información sobre oportunidades, ferias y promociones, de acuerdo con el calendario de eventos que produce la ATP y las autoridades de los distintos corregimientos involucrados, así como, las asociaciones de comerciantes y los programas de los eventos, generados por los organizadores.

## **Estructura de costes**

Inversión en el desarrollo de la aplicación.  
Mantenimiento de la aplicación.  
Publicidad.  
Colaboradores.

## **Fuentes de Ingreso**

Ventas de espacios publicitario.

---

Asociaciones estratégicas con empresas privadas ligadas al sector turístico y a las operaciones de banca y finanzas.

### Matriz Lean Canvas

<p><b>Problema:</b>                  Contar con una alternativa automatizada que permita al usuario, tanto local como internacional hacer turismo en Panamá. Bajo flujo de turistas. Altos costos de operadores turísticos. Gran cantidad de opciones turísticas en Panamá.</p>	<p><b>Solución:</b>                  Promover el turismo a nivel local y para exportar desde una App. Valor agregado de la App.</p>	<p><b>Preposición de valor único:</b>                  The Good Traverler es una aplicación donde el usuario encontrara un mapa de Panamá con los puntos que reflejan los lugares turísticos importantes según el turista desee practicar o conocer y la provincia que le gustaría visitar, Disminuyendo los costos.</p>	<p><b>Ventajas:</b>                  Menores precios. Mayor numero de opciones como destinos. Incremento de turistas de Panamá Incremento de capital al turismo.</p>	<p><b>Seguimientos:</b>                  Registro de usuarios. las personas podrán mantener sus perfiles después de 3 meses de inactividad. Analítica de usuarios y destinos</p>
	<p><b>Métrica:</b>                  Registro – suscripción de usuarios. Registro de sitios turísticos seguros. Actualizaciones periódicas. Número de turistas que visitan Panamá.</p>		<p><b>Canales:</b>                  Redes Sociales: Facebook, Instagram, YouTube, Twitter.</p>	
<p><b>Estructura de costes:</b>                  Inversión en el desarrollo de la aplicación. Mantenimiento de la aplicación (Operación). Publicidad.</p>		<p><b>Flujos de ingresos:</b>                  Venta de espacio publicitario. Asociaciones estratégicas con empresas privadas ligadas al turismo y a las operaciones de banca y finanzas.</p>		

**LOMBRIGRANJA** | Estudiante: Francisco Small  
**Carrera:** Licenciatura en Ingeniería en Redes de Comunicaciones con énfasis en Seguridad  
**Fecha de realización del proyecto:** marzo 2020

### Idea Innovadora

La producción de alimentos forma parte de la solución a los problemas globales, con mayor énfasis en esta época de pandemia. El aprovechamiento de los desechos tiene dos ventajas importantes, por un lado, tienen un costo muy bajo e incluso puede que quienes los generen paguen por que los retiren, por otra parte, contribuye con la conservación del medio ambiente. El objetivo de esta idea de emprendimiento es diseñar un modelo de negocio para llevar a cabo una lombrigranja, compartiendo cómo se utiliza la carne de lombriz y los beneficios que se obtiene al llevar a cabo una lombrigranja.

Las lombrices son capaces de poder comer a diario alrededor de un 90% de su propio peso, con lo cual, tras digerir materia orgánica en descomposición junto con tierra, excretan entre un 50 y 60% de humus, un abono orgánico rico en nutrientes ideal para las plantas y para mejorar la estructura y formación del suelo, con ello mejorando la retención de agua y aportando un PH neutro.



### El Problema

Por una parte, el mundo presenta problemas en la producción de alimentos y esta situación se agrava con la pandemia por Covid 19, una de las causas de esta problemática es el agotamiento de los suelos por el monocultivo, pero, también, por el cambio climático,

---

que ha dañado tierras que antes eran fértiles, unas por saturación de agua y otras por resequedad. A todo esto, se suma que, en la mayor parte del mundo, existe un abandono de los campos por parte de los pobladores, debido a la precariedad de los servicios, falta de vías de penetración o del mantenimiento de estas, desinversión del estado que busca invertir donde hay mayor concentración demográfica.

## **La Solución**

El humus es la materia orgánica que está depositada en el suelo, que resulta de la descomposición de los animales muertos y plantas, o subproductos. El uso o aplicación del humus de lombrices varía de acuerdo con el momento de la colocación de este o del tipo de especie de cultivo a tratar. Así, cuando se va a realizar la siembra o plantación, el humus debe ser colocado en el fondo del hueco de cultivo en una cantidad aproximada de 100 g, lo que puede variar de acuerdo con las exigencias de la especie para favorecer el crecimiento y enraizamiento de la plántula. La cantidad recomendada es de 100 gramos aproximadamente. Esto producirá los nutrientes necesarios para la germinación adecuada de la semilla.

Los beneficios del humus de lombriz en el suelo son numerosos e incluyen, mejora la textura del suelo, aporta un gran número de nutrientes, una mejor aireación del suelo, por sus características consigue retener el agua, las semillas germinan con más facilidad, gran aumento de la flora microbiana estimula el crecimiento de las plantas y su desarrollo radicular, favorece la absorción de nutrientes en las plantas.

## **Propuesta de valor**

Esta propuesta es 100% panameña, con atención personalizada, donde el cliente puede obtener abono 100% natural, orgánico y la información necesaria para su mejor uso. La experiencia en este ámbito nos ha demostrado que es una alternativa de emprendimiento perfectamente viable si se siguen unas pautas básicas que marcan la diferencia entre una explotación rentable y una no rentable. Para lo cual el emprendimiento se basará en la venta de Núcleo de lombrices (lombrices vivas, aproximadamente 1Kg), humus de lombriz en estado sólido o líquido, fabricación de composturas, cursos y capacitaciones en línea y/o presenciales. La lombricultura, acompañada de un buen manejo y administración, puede llegar a ser un negocio rentable y de baja inversión inicial.

En ella se aprovecha el uso de la materia orgánica de desecho para producir un excelente abono orgánico que ayuda a nutrir y regenerar la tierra de cultivo. Además de la producción de humus gracias a la lombricultura, también se obtiene la producción de lombriz que tiene un alto contenido de proteína, por lo que es utilizada como alimento para distintos tipos de animales de crianza como peces, pollos y cerdos. Debido a que hay un bajo costo de producción y una alta demanda de los productos obtenidos, se ha considerado como uno de los negocios más rentables del sector agrícola.

## **Socios clave**

ViveroLandia.  
El tigre verde.  
Jardines Urbanos.  
Gramma Fina.  
Novy.  
Cochez.

## **Procesos clave**

Venta de lombrices vivas.  
Venta de humos, tanto líquido como sólido.  
Fabricación de composteras.  
Producción de carne de lombriz.  
Cursos de lombricultura.

## **Recursos clave**

Tienda física.  
Lombricultivos.  
Personal especializado.  
Página web.

## **Segmento de clientes**

Público en general.  
Empresas del ámbito agrícola.  
Emprendedores del ámbito agrícola.  
Organizaciones interesadas en los productos como insumos.

## **Relaciones con clientes / Canales**

El principal canal de distribución será el lugar de producción de sus lombrices, también puede hacer la divulgación mediante todos los medios digitales (redes Sociales), periódicos, revistas, radio, tv, vallas, carteles, etc.

Así mismo, se implementará el desarrollo de una página web con el fin de hacer que la cría de lombrices sea conocida por el público en general, en el sitio se debe proporcionar las especies de lombrices que se producen en la cría, la ubicación, puntos de venta, entre otra información.

El Internet es una opción de contacto con el cliente muy importante en la actualidad y que puede ser un canal de ventas de gran alcance, siempre que tenga una buena estructura y diseño apropiado.

### Estructura de costes

- Inversión inicial.
- Contratación de personal.
- Mantenimiento del terreno y vehículos.
- Publicidad y mercadeo.

### 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

Socios Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con clientes	Segmento de Clientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ViveroLandia</li> <li>• El tigre Verde</li> <li>• Jardines Urbanos</li> <li>• Grama Fina</li> <li>• Novey</li> <li>• Cochez</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Venta de lombrices vivas</li> <li>2. Venta de humus en estado sólido y líquido</li> <li>3. Cursos de lombricultivo</li> <li>4. Fabricación de composteras</li> <li>5. Producción de carne de lombriz</li> </ol>	Empresa 100% panameña con Atención personalizada donde el cliente puede obtener Abono 100% natural y orgánico, además, cursos y seminarios para su mejor uso.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Disponibilidad garantizada del producto en todas sus presentaciones.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Público en general de cualquier edad que desee ya sea obtener su propio abono orgánico o adquirir el producto final.</li> <li>2. Cualquier empresa de ámbito agrícola.</li> <li>3. Público en general que dese aprender sobre lombricultivos</li> <li>4. Organizaciones que requieran el producto como insumo</li> </ol>
	<b>Recursos Clave</b> Tienda física Lombricultivos Personal especializado Página Web		<b>Canales</b> Tienda física. Medios sociales y digitales Chat Online Web y RSS Publicidad radial y televisiva Pedidos Online	
<b>Estructura de costes</b> Inversión inicial Contratación de personal Mantenimiento del terreno y vehículos Publicidad y mercadeo		<b>Flujo de ingresos</b> Punto de venta Efectivo Transferencias electrónicas		



**SPRAY SARYT PARA EL CABELLO** | Estudiante: Chisna Tilley  
**Carrera:** Licenciatura en Contabilidad y Finanzas  
**Fecha de realización del proyecto:** marzo 2020

**Idea Innovadora**

La idea principal de este emprendimiento consiste en la creación de un espray para el cabello llamado Saryt, a base de sábila (aloe vera); ya que contiene muchas vitaminas que ayudan al cuidado de cabello. La idea radica en la creación de una fórmula líquida para el cabello “Spray Saryt para el cabello”.



**El Problema**

Por mi experiencia, y las quejas de amigas, conozco que existen problemas con muchos de los productos en el mercado, ya que estos llevan alto contenido de sal, y es conocido que estos producen resequedad; además los tratamientos pierden eficiencia, producen sensibilidad en el cuero cabelludo ocasionando que el cabello no crezca y se caiga. Personalmente en casa, mi hija llevaba las puntas del cabello reseca. Las personas, aun cuando estén en distanciamiento social, requieren del cuidado personal y hoy, con la ansiedad que genera la pandemia, más que nunca se requieren productos para aliviar los síntomas, como la caída del cabello.

Además, hoy día, como el exceso de los instrumentos de belleza (blower, tenazas, planchas, etc.) han debilitado y maltratado el cabello de muchas damas, nació la idea de ayudar al cuidado de este. El producto puede ser usado entre hombres y mujeres por sus múltiples beneficios, entre ellos la prevención de la caída del cabello.

## **La Solución**

El spray Saryt, a base de sábila es la solución, por sus múltiples beneficios, previene la caída del cabello, con enzimas y los antioxidantes que contienen la sábila ayudan a estimular el crecimiento del cabello, mientras elimina las células muertas que se van acumulando en el cuero cabelludo.

Conociendo los beneficios de la sábila decidí hacer y usar mascarillas caseras y en poco tiempo comencé a ver resultados; pensé en crear este producto de uso diario, que protegiera y a la vez, hidratara el cabello.

Saryt ofrecerá excelentes resultados al momento de ser utilizado, es un producto muy prometedor, por la gran cantidad de nutrientes y vitaminas que contienen sus ingredientes. Que además de hacer que tenga un cabello saludable, fuerte y limpio, lo protege de rayos solares y con el clima que presentamos en Panamá sería muy necesario y favorable ya que nos permite cuidar de nuestro cabello.

## **Propuesta de valor**

Cierto es que hay muchos productos con este componente, pero, decidí hacerlo de manera más natural sin utilizar químicos extras.

El spray será multiuso lo haremos a base del extracto de la sábila que es rica en vitaminas como la A, C, E y B además de ácidos grasos y minerales como el calcio, selenio y magnesio, la sábila es un hidratante natural. El aloe vera no solo tiene beneficios para la salud, sino que el aloe vera para el cabello es uno de los principales componentes naturales que ayudan a su tratamiento y cuidado diario.

El spray Saryt es un producto innovador dirigido a todo tipo de personas, este podrá ser utilizado de múltiples formas, según la necesidad de cada persona, lo que lo hace muy diferente a los demás productos de cuidado de cabello. Este producto ofrecerá en una presentación de 474 mililitros (16 oz), a un precio accesible al cliente. En cuanto a sus ingredientes serán adquiridos en mercados de alimentos a un precio muy económico.

## **Socios clave**

Productores de sábila.  
Vendedores del mercado con otros ingredientes naturales.  
Proveedor de envases.

## **Procesos clave**

Compra de la sábila.

---

Compra de otros insumos.  
Producción de Saryt.  
Envase de Saryt.  
Venta de Saryt.

### **Recursos clave**

Sábila.  
Envases para Saryt.  
Sitio web de Saryt.

### **Segmento de clientes**

Este producto ha sido creado para todo tipo de persona que quieran nutrir e hidratar de forma orgánica para todos los tipos de cabellos.

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

Se promocionará el producto en diferentes redes sociales (Facebook, WhatsApp e Instagram).

Se promocionará en revistas y periódicos.

### **Estructura de costes**

Inversión inicial (Utensilios de fabricación e insumos).  
Proveedores.  
Mano de obra.  
Contratación de personal.

### **Fuentes de Ingreso**

Ventas del producto.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>2 problema</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>caída del cabello</li> <li>dificultad para encontrar productos de calidad</li> <li>necesidad de orientación</li> <li>cabellos secos, deshidratados</li> </ol>	<p><b>4 solución</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>las personas podrán aplicar en producto en la comodidad de su hogar.</li> <li>variedad de productos para todo tipo de cabello.</li> <li>contaremos con personal capacitado para brindar orientación en nuestra tienda principal.</li> </ol>	<p><b>3 preposición de valor único.</b></p> <p>1 Spray protector para el cabello, con extractos naturales de sábila, aguacate, jengibre, menta, aceite de coco, etc. contiene vitaminas como: B12, C, B3, E que permite disfrutar de un pelo fuerte y sano que contiene vitamina C que ayuda a frenar la caída del cabello.</p> <p>2 este spray será de gran beneficio para su cabello, se aplica antes de peinarse si gusta se lo puede dejar como una pomada o dejar un rato y luego lavarlo de forma habitual.</p>	<p><b>9 ventajas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>protege su cabello.</li> <li>combate la caída.</li> <li>acelera el crecimiento.</li> <li>elimina la caspa</li> </ol>	<p><b>1 seguimiento de clientes.</b></p> <p>Este producto es creado para todo tipo de persona, que quieran nutrir e hidratar de forma orgánica para todos los tipos de cabellos.</p>
<p><b>8 métricas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Entrega de muestras en ferias y exposiciones del cuidado del cabello</li> <li>Damos ofertas del producto.</li> <li>visitas a la página web.</li> <li>famosos probando nuestro producto</li> </ol>		<p><b>5 canales</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>se promocionará el producto en diferentes redes como: Facebook, WhatsApp e Instagram.</li> <li>Se promocionara en revistas y periódicos.</li> </ol>		
<p><b>7 estructura de costes</b></p> <p>Inversión inicial                  Proveedores                  Mano de obra                  Contracción de personal y utensilios de fabricación</p>		<p><b>Flujo de ingresos</b></p> <p>Ventas del producto</p>		

**ROPA MODESTA PARA DAMAS** | Estudiante: Roxana Choto  
**Carrera:** Licenciatura en Administración de Empresas con énfasis en Relaciones Laborales y Recursos Humanos  
**Fecha de realización del proyecto:** marzo 2020

### Idea Innovadora

Esta idea consiste en diseñar y confeccionar ropa para dama que sea decente y elegante, que haga resaltar la belleza y la feminidad de la mujer, mostrándose elegante, culta y muy femenina, entre esa ropa estaría diseñando: Faldas, vestidos y blusas. Además, se desea que a través de ello las chicas puedan descubrir la importancia que tiene vestir con modestia y decoro en un mundo donde muchas veces la mujer es vista como un simple objeto.



### El Problema

La influencia de la moda en estos tiempos es muy fuerte y a las mujeres nos es más difícil encontrar ropa acorde con los valores y convicciones que nos han enseñado en casa, y que, a la vez, nos permita vernos bien sin incurrir en grandes gastos. Muchas veces la mujer es vista como un simple objeto, por la ropa que lleva puesta y eso le puede acarrear algunos problemas. Hoy día, es más común que la mujer pueda tomar decisiones sobre que trabajos realizar y que ropa utilizar, transformando las reglas de la sociedad y cambiando los estereotipos y las limitaciones impuestas por género, como lo ha demostrado el movimiento "Me Too".

## **La Solución**

La respuesta a esta problemática es mi idea de emprendimiento para crear ropa para damas, que sea decente y elegante, que haga resaltar la belleza y la feminidad de la mujer, mostrándose elegante, culta y muy femenina, entre esa ropa estaría diseñando: Faldas, vestidos y blusas, con telas nuevas, pero, también, incorporando telas de prendas usadas en buen estado y originales, de mi propia creación.

## **Propuesta de valor**

La ropa modesta es un diseño especialmente para chicas que tienen el deseo de vestir de una manera decente, deseando ser respetadas y valoradas.  
Estas prendas permitirán que la mujer se vea bella, decente y elegante.  
La ropa tendrá un excelente precio y de muy buena calidad, con diseños exclusivos de mi propia creación.

## **Socios clave**

Mi familia.  
Red de amistades (vecinas y amigas).  
Proveedores de telas.  
Proveedores de otros insumos (botones, cierres, etc.).

## **Procesos clave**

Recepción de pedido.  
Compra de telas e hilos.  
Compra de hilos y otros accesorios (botones, cierres, etc.).  
Diseño de las prendas.  
Confección de la ropa.

## **Recursos clave**

Máquina de coser.  
Telas y otros materiales (hilos, botones, cierres, broches, etc.).  
Diseños.  
Sitio web y redes sociales.

## **Segmento de clientes**

El mercado estaría constituido por chicas adolescentes y mujeres de los 14 a los 35 años, inicialmente en Panamá. En un futuro cercano, las prendas podrán exportarse a otros países.

---



## Relaciones con clientes / Canales

Promociones en diferentes redes sociales, como: Facebook, YouTube, Instagram, entre otras.

Redes de amistades (vecinas y amigas).

## Estructura de costes

Inversión inicial.

Mano de obra.

Publicidad en las redes sociales.

## Fuentes de Ingreso

Ventas directas.

Ventas a través del sitio Web.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>2 problema</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Hay muchachas que desean vestirse modestamente pero no encuentran ropa decente para hacerlo.</li> <li>Cuando entramos a una boutique raras las veces encontramos ropa decente.</li> </ol>	<p><b>4 solución</b></p> <p>1 las chicas que deseen vestirse modestamente podrán hacerlo adquiriendo mis diseños.</p> <p>2. Estará a la disposición de las chicas cuando ellas las deseen adquirir y así tendrán un servicio a domicilio.</p>	<p><b>3 preposiciones de valor único.</b></p> <p>1 la ropa modesta es un diseño especialmente para chicas que tienen el deseo de vestir de una manera decente deseando ser respetadas y valoradas.</p> <p>2 permite que la mujer se sienta y se vea bella, decente y elegante.</p>	<p><b>9 ventajas</b></p> <p>1 La principal ventaja es que la mujer podrá sentirse cómoda y elegante.</p> <p>2 este diseño o tipo de ropa busca que la mujer sea valorada y no vista con morbo.</p> <p>3. Esta ropa tendrá un excelente precio y de muy buena calidad</p>	<p><b>1 seguimiento de clientes.</b></p> <p>La ropa modesta está diseñada para mujeres entre niñas y jóvenes. Su mercado ser accesible.</p>
	<p><b>8 métricas</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Realizar ofertas a un buen precio para toda chica que compre mi producto.</li> <li>Visitas a una página web.</li> </ol>		<p><b>5 Canales</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Promocionar en diferentes redes como: Facebook, YouTube, Instagram.</li> <li>Vecinos.</li> </ol>	
<p><b>7 estructura de costes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Inversión inicial</li> <li>-Mano de Obra</li> <li>-Publicidad</li> </ul>		<p><b>10 Flujo de ingresos</b></p> <p>Publicidad</p> <p>Ventas</p>		

## **MÁQUINA DISPENSADORA DE ALIMENTOS** | Estudiante: Keyla Lima

**Carrera:** Licenciatura en Administración de Empresas con énfasis en Relaciones Laborales y Recursos Humanos

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

### **Idea Innovadora**

Este emprendimiento consiste en ubicar en sitios estratégicos, como en centros comerciales y lugares de mucho acceso y con seguridad, una maquina dispensadora de alimentos secos, alimentos que son de uso frecuente y muy comunes en los hogares, los más buscados.

Se trata de un equipo utilizado para suplir necesidades básicas del consumidor, su estatura seria aproximadamente de 1,8 metros de altura, lleva un vidrio templado para proteger los productos alimenticios que se van a vender.



### **El Problema**

Con mucha frecuencia los consumidores deben hacer largas caminatas en los pasillos de los centros comerciales y ya adentro del supermercado o abasto para comprar alimentos. Esto es aún más importante en este periodo de pandemia, en el que es mejor permanecer el menor tiempo posible en estos comercios para evitar la contaminación.

Por otra parte, muchas veces lo que se busca es un solo producto un grupo muy pequeño de productos, para satisfacer un antojo o para reponer una falla en la despensa de alimentos.

## **La Solución**

Me he dado cuenta de que al cliente le va a encantar porque he realizado muchas encuestas al respecto del negocio y me indican que es una buena idea, además, trabajo en una empresa de ventas de productos alimenticios y conozco sus procedimientos y sus requisitos y los papeles que debo tener.

Por su parte, las máquinas expendedoras de alimentos secos permitirán que los compradores habituales de estos productos ahorren tiempo, al no tener que hacer filas en los supermercados y al mismo tiempo, disminuyen el riesgo de contaminación del individuo.

## **Propuesta de valor**

Este tipo de máquinas se utiliza generalmente para ofrecer productos no indispensables, como bebidas frías (sodas, jugos, agua, otras), o comidas ya preparadas frías, o productos tipo “snacks” dulces (golosinas, caramelos, chocolates, otros), o salados (papas, tostones, chicharrones, otros), pero, no se venden productos alimenticios de primera necesidad para el hogar como, azúcar, harinas, sal, leche de larga duración, pasta, y otros productos alimenticios secos, como las conservas enlatadas (atún, sardina, tomates enlatados, maíz enlatado, poroto enlatado, vegetales mixtos enlatados, otros).

Además, los productos alimenticios arriba mencionados no requieren refrigeración, por lo que el costo de operación es muy bajo.

## **Socios clave**

Empresas fabricantes o distribuidoras de máquinas dispensadoras “Vending” para alimentos secos.

Proveedores de alimentos del tipo alimentos secos (conservas y otros no perecederos).

Dueños de centros comerciales y plazas.

## **Procesos clave**

Ofrecer el producto todo el tiempo.

Selección de productos de primera necesidad y de primera calidad.

Abastecer los productos en las maquinas vending.

Garantizar la disponibilidad de los productos en las maquinas vending.

Negociar la publicidad con empresas proveedoras de productos del tipo alimentos secos y conservas.

### **Recursos clave**

Máquinas dispensadoras de alimentos secos (Vending Machine).  
Registro sanitario.  
Personal para el reabastecimiento y colecta de los ingresos por venta.

### **Segmento de clientes**

Compradores habituales de alimentos de primera necesidad, con poca disponibilidad de tiempo.  
Dueños de plazas y centros comerciales interesados en atraer clientes.

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

Instrucción directa con el consumidor a través de la aplicación Food Machine.  
Atención automática de los clientes auto servicio.

### **Estructura de costes**

Inversión inicial.  
Alquiler de espacios.  
Mantenimiento de la maquinas vending.  
Publicidad.

### **Fuentes de Ingreso**

Ventas de productos en las maquinas vending.  
Publicidad de otras empresas y sus productos en las maquinas vending.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socio Clave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Ventas y soporte de maquina dispensadora de alimentos secos.</li> <li>✚ Alianza estratégica con los proveedores de los productos.</li> </ul>	<p><b>Actividades de clave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Ofrecer el producto todo el tiempo.</li> <li>✚ Brindar variedad y calidad de productos.</li> <li>✚ Abastecer mercancías de forma continua para que el producto este todo el tiempo.</li> </ul>	<p><b>Propuesta de Valor</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Es una opción de compra rápida de alimentos de primera necesidad.</li> <li>✚ Permite disponer de este tipo de alimentos en cualquier momento.</li> <li>✚ Puedo revisar mediante la app que opciones tengo cerca y los productos que ofrece la máquina.</li> </ul>	<p><b>Relaciones con Cliente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Instrucción directa con el consumidor a través de la aplicación Food Machine</li> <li>✚ A través de servicios automáticos (auto servicios)</li> </ul>	<p><b>Segmento de Clientes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Nuestra maquina está dirigida a compradores habituales de alimentos de primera necesidad con poca disponibilidad de tiempo.</li> </ul>
<p><b>Recursos Clave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Registro sanitarios de productos.</li> <li>✚ Maquina dispensadora en óptima condiciones.</li> <li>✚ Personal de Reabastecimiento y resolución de dinero</li> </ul>		<p><b>Canales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Alcanzaremos el mercado elegido mediante la exhibición en la parte externa de supermercados, entradas de centros comerciales y a través de los canales digitales como la app desarrollada.</li> </ul>		
<p><b>Estructura de Coste</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Publicidad</li> <li>2) Alquiler de Espacios</li> <li>3) Mantenimiento de Maquina</li> <li>4) Inversión Inicial</li> </ol>			<p><b>Fuentes de Ingresos</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Ventas de Productos</li> <li>2) Publicidad en aplicación y maquina</li> </ol>	

**ECO LIFE** | Estudiante: Jesús Barria

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

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

### Idea Innovadora

Esta propuesta consiste en desarrollar un emprendimiento con el nombre de Eco-Life, utilizando como insumos materiales que sean de reciclaje y que el proceso sea amigable para el ambiente al eliminar de él materiales contaminantes como: llantas, plástico y vidrio.

Lo más interesante de esta idea es trabajar con personas que hayan salido de prisión y que tengan la capacidad y actitud de cambiar. Dándoles una oportunidad laboral y realizando un cambio con el ambiente.



### El Problema

Las personas que salen de prisión, ya sea por una medida sustitutiva de su condena, o algún otro beneficio, así como, los que cumplen con sus condenas, suelen ser víctimas del rechazo de la sociedad y aunque estén cumpliendo con la ley o hayan pagado por su delito con su condena, no les es fácil encontrar trabajos, y la oportunidad laboral es reducida para ellos. Por otra parte, el reciclaje de desechos sólidos sigue siendo una forma importante para descontaminar el medio ambiente y la sociedad es cada vez más consciente de la necesidad de tomar alguna medida favorable.



## **La Solución**

Se establecerán convenios con diversos organismos e instituciones que estén ligadas a los procesos con personas que hayan salido de prisión, como: Dirección General del Sistema Penitenciario del Ministerio de Gobierno, Ministerio Público, para conocer los perfiles de los individuos que se beneficiaran de este proyecto y con otros organismos, como la Asociación de Comerciantes y Distribuidores de Víveres y Similares de Panamá (ACOVIPA), para convenios para obtener materiales de desecho sólido de primera mano. Así mismo, con la Autoridad de Aseo Urbano y Domiciliario (AAUD).

Para coordinar la acción de obtener desechos sólidos sin interrumpir los procesos de dicha autoridad. También, realizar capacitaciones para estas personas y sus familiares ayudándolos a cambiar su estilo de vida de manera más armónica y saludable para ellos y el ambiente.

## **Propuesta de valor**

La idea de este emprendimiento consiste en crear artículos útiles utilizando materiales que sean de reciclaje y que, el proceso sea amigable para el medio ambiente al eliminar de él materiales contaminantes.

Trabajar con personas que hayan salido de prisión y que tengan la capacidad y actitud de cambiar, dándoles una oportunidad laboral y realizando un cambio positivo con el medio ambiente. La combinación de una solución para ambos problemas constituye una propuesta de valor en sí misma.

## **Socios clave**

Dirección General del Sistema Penitenciario del Ministerio de Gobierno.  
Autoridad del Aseo Urbano y Domiciliario.  
Asociación de Comerciantes y Distribuidores de Víveres y Similares de Panamá.

## **Procesos clave**

Obtener convenios y autorizaciones legales con los socios claves.  
Crear o adoptar procedimientos para el tratamiento de desechos sólidos.  
Crear algunos productos de muestra (puede ser un show room en la tienda).  
Adiestrar colaboradores seleccionados.

## **Recursos clave**

Materiales de desecho.  
Materiales complementarios.

---

Colaboradores (Exreclusos adiestrados).  
Personal de supervisión.  
Galera para taller y deposito.  
Tienda de ventas (show room).

### **Segmento de clientes**

Personas mayores de edad, interesadas en contribuir con el cuidado del medio ambiente e indirectamente con la rehabilitación de personas que hayan salido de prisión.  
Personas interesadas en dar uso a los artículos creados.  
Organizaciones, tanto públicas como privadas, dispuestas a dar uso a los artículos creados con materiales de reciclaje.

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

Atención directa en tienda (show room).  
Atención a través de canal digital (página Web).  
Convenios con organizaciones interesadas en la labor de Eco-life.

### **Estructura de costes**

Alquiler de espacios (galera y tienda física).  
Inversión inicial en herramientas.  
Pago de sueldos y salarios.

### **Fuentes de Ingreso**

Venta de productos.  
Donaciones.  
Subvenciones del Estado.

## Matriz Lean Canvas

Socios Clave	Actividades de clave	Propuesta de Valor	Relaciones con Cliente	Segmento de Clientes
<p>Dirección General del Sistema Penitenciario del Ministerio de Gobierno.</p> <p>Autoridad de Aseo Urbano y Domiciliario (AAUD).</p> <p>Asociación de Comerciantes y Distribuidores de Víveres y Similares de Panamá (ACOVIPA).</p>	<p>Obtener convenios y autorizaciones legales con los socios claves</p> <p>Crear procedimientos para el tratamiento de desechos sólidos</p> <p>Crear algunos productos de muestra.</p> <p>Adiestrar a los presos seleccionados.</p> <p>Abastecer de productos la tienda.</p> <p><b>Recursos Clave</b></p> <p>Materiales de desechos.</p> <p>Materiales complementarios.</p> <p>Extrínsecos adiestrados para el manejo de desechos y su reciclaje</p> <p>Personal de supervisión.</p> <p>Galera de depósito y taller</p> <p>Tienda de ventas</p>	<p>Crear artículos útiles utilizando materiales que sean de reciclaje y que el proceso sea amigable para el ambiente al eliminar de él, materiales contaminantes.</p> <p>Trabajar con personas que hayan salido de prisión y que tengan la capacidad y actitud de cambiar. Dándoles una oportunidad laboral y realizando un cambio con el ambiente.</p>	<p>Atención directa en tienda.</p> <p>Atención a través de canal digital (página Web).</p> <p>Presentación de productos en eventos.</p> <p>Convenios con organizaciones interesadas en la labor.</p> <p><b>Canales</b></p> <p>Tienda.</p> <p>Canal digital vía Web (Redes sociales).</p>	<p>Personas adultas interesadas en contribuir indirectamente con la rehabilitación de personas que hayan salido de prisión y con el cuidado del medio ambiente.</p> <p>Personas adultas dispuestas a dar uso a los artículos creados con materiales de reciclaje.</p> <p>Organizaciones dispuestas a dar uso a los artículos creados con materiales de reciclaje.</p>
<p><b>Estructura de Coste</b></p> <p>Alquiler de Espacios</p> <p>Inversión Inicial en herramientas</p> <p>Pago de sueldos y salarios</p>		<p><b>Fuentes de Ingresos</b></p> <p>Ventas de Productos</p> <p>Donaciones.</p> <p>Subvenciones del Estado.</p>		

## **GUARDERÍA EN UN CENTRO COMERCIAL** | Estudiante: Yeniveth

Bárceñas

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

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

### **Idea Innovadora**

Este es un proyecto de emprendimiento de una guardería en un centro comercial el cual tiene como finalidad estudiar la viabilidad de la implementación de un centro de cuidado infantil en un centro comercial. La investigación se basó en las etapas por las cuales pasan los niños, entre estos periodos está en el que los pequeños son separados de sus padres para ir a maternas, guarderías, entre otras.



### **El Problema**

El problema radica en que, en estos tiempos, los integrantes de una pareja trabajan fuera del hogar y con el nacimiento de los hijos o ya existentes surge el problema de donde poder dejar a los pequeños durante unas horas mientras se desarrollan las actividades diarias.

Las madres de familia no puedan salir a buscar trabajos mientras cuidan a los niños. Contratar a una cuidadora de niños puede resultar muy costoso para la mayoría de las familias. Por otra parte, llevar a los niños a la guardería suele ser un proceso difícil, ya que, se debe hacer muy temprano, interrumpiendo el sueño del menor, y enfrenta un reto adicional en la ciudad, por el tranque y la hora de entrada al trabajo de quienes ya poseen uno.

## La Solución

La solución propuesta de una guardería en un centro comercial posee varias ventajas, como la calidad de los niños en guardería. Hay que analizar varios factores ya que al establecer una guardería en un centro comercial se aportaría en el ámbito económico ya que estaría proporcionando fuentes de trabajo, así como también permitiendo que madres de familia puedan salir a buscar trabajos mientras se cuida a los niños, generando así más ingresos para el país y reduciendo la cantidad de personas económicamente inactivas. Es por ello el beneficio de tener una guardería, y mucho más dentro de un centro comercial, ya que les permite a los padres de familia hacer sus quehaceres cotidianos y poder dejar a sus niños en un lugar seguro y cerca de ellos fomentando el amor a la familia.

Antes de poder abrir una guardería se necesita de una inspección y la emisión de un permiso especial para garantizar un ambiente seguro para los niños que asistirán, además se debe tener:

- Permisos especiales como lo son de ubicación de traslado entre otros.
- La seguridad debe prevalecer en el lugar antes de poder emitir un servicio, inspeccionar la ubicación potencial de la guardería a fin de garantizar que cumple con los requisitos del estado y reglamentos de seguridad e incendios.
- Ubicación en este caso un centro comercial.
- Requisitos personales y de los empleados, sometiéndose a una verificación de antecedentes, a fin de garantizar que no pondrán en peligro a los niños.
- Capacitación y certificación necesaria para abrir una guardería.
- Actividades y equipos necesarios para brindar un trabajo de calidad.
- Debe contar con un seguro que cubrirá accidentes del niño dentro de la guardería.
- Otros requisitos como certificaciones, permisos y resultados de inspecciones el cual se deben colgar en algún lugar de fácil acceso para los padres, deben tener fácil acceso a sus hijos pudiendo visitarlos o llevarlos a casa si fuese necesario.

Los padres deben llevar a los niños al centro comercial en la horas asignadas y programadas por el mismo, a los padres o acudiente se les hará un registro vía digital con foto para garantizar la entrada, salida y seguridad del niño, el niño será custodiado por un docente a su área asignada mediante un horario de actividades dentro de la guardería.

## Propuesta de valor

No es común la creación de una guardería en un centro comercial, que se considera, por una parte, que sería una solución para los padres y madres que laboran en él, además, la seguridad en un centro comercial se considera que es buena o mejor, en comparación de la de la mayoría de las guarderías. Así mismo, la concurrencia de usuarios y de colaboradores en un centro comercial, presupone una matrícula regular que permite el establecimiento de precios más asequibles. También, las vías de acceso y el área de

---

estacionamiento de un centro comercial son por lo general mejores y más amplios que los de las guarderías promedio, por su condición de local comercial amplio.

### **Socios clave**

Ministerio de Educación de Panamá.  
Administración del centro comercial.  
Seguridad del centro comercial.

### **Procesos clave**

Gestión de licencias.  
Inscripción de niños.  
Registro de padres, representantes y acudientes.  
Selección de maestras.  
Atención de los niños.  
Recepción y entrega de los niños a sus padres, representantes y acudientes.  
Cobranza.

### **Recursos clave**

Licencia de operación.  
Espacio físico de operación.  
Maestras.  
Colaboradores.  
Sistemas informáticos.

### **Segmento de clientes**

Padres, representantes o acudientes con hijos y trabajo.  
Padres, representantes o acudientes con hijos y de compras.  
Padres, representantes o acudientes con hijos y con algún problema.

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

Los métodos de pago son cómodos y accesibles, efectivo, banca en línea o tarjeta de débito o crédito pago mensual desde 15 dólares a 60 dólares dependiendo del plan de cuidado en la guardería (básico, estándar y Premium) dólares que pueden ser pagados quincenal o mensualmente.

Los canales serán, por telefonía, redes sociales y consultas por vía Web.








## Estructura de costes

- Inversión inicial.
- Licencia de operación.
- Alquiler del local.
- Sueldos y salarios de las maestras.
- Sueldos y salarios de colaboradores.

## Fuentes de Ingreso

Mensualidades de los alumnos

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Problema</b></p> <p><i>La falta de lugares seguro para dejar a sus hijos mientras ellos hacen sus compras o trabajan o cualquier otra actividad así ocasionándose menos estrés tanto como el padre como para el niño</i></p> 	<p><b>Solución</b></p> <p><i>Para que los padres de familias disfrute de sus compras o puedan trabajar con más tranquilidad.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuidado de niños</li> <li>- Juegos</li> <li>- Estrategias didácticas de aprendizaje</li> <li>- Métodos pedagógicos</li> </ul> 	<p><b>Respuestas de valor</b></p> <p><i>Las personas dispondrán de más tiempo, espacio y comodidad para trabajar y hacer sus otras actividades mientras dejan a su hija en la guardería, a la vez sus hijos están seguros bien atendidos ya que ofrecemos diversión a sus hijos.</i></p>	<p><b>Ventaja competitiva</b></p> <p><i>Servicio directo Ya que esta será la primera del dentro del mercado aquí en Panamá</i></p>	<p><b>Clientes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Padres con trabajos</li> <li>- Personas de compras</li> <li>- Padres o familiares en apuros o diligencias.</li> <li>- Apoyo educativo</li> </ul> 
	<p><b>Recursos Claves</b></p> <p><i>Incrementos de nuevos clientes</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recurrencia de clientes</li> </ul>		<p><b>Canales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Consulta vía web</li> <li>-Redes sociales</li> <li>-Telefonía</li> </ul>	
<p><b>Estructura de Costo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fijos: contenidos físicos y digitales</li> <li>- Variables: actividades educativas y capacidades de cuidado y aprendizaje.</li> <li>- Acuerdos y licencias de cuidado y contenidos de aprendizaje.</li> </ul>		<p><b>Fuente de Ingresos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ganancia por las mensualidades de la guardería.</li> <li>- Materiales didacticos y manipulables de aprendizaje</li> <li>- Compañías relacionadas con las tecnicas didacticas de metodos de aprendizaje.</li> </ul>		

**RED WIFI GRATUITA DE PANAMÁ** | Estudiante: Isaac Birguson  
**Carrera:** Licenciatura en Ingeniería Industrial con énfasis en Gestión de Operaciones  
**Fecha de realización del proyecto:** mayo 2020

### Idea Innovadora

Este proyecto está dirigida a llevar internet gratuito a toda Panamá y se focaliza en un prototipo en el distrito de Olá. que conforma la provincia de Coclé, una comunidad de difícil acceso que no cuenta con servicio de red de internet. En este momento de pandemia estamos pasando por una situación en la cual el Internet se ha convertido en una de las principales herramientas de trabajo, que ha permitido desarrollar de manera rápido y segura las responsabilidades y actividades, como son el compromiso de educación, trabajo, vida social y responsabilidades de pago de manera segura y rápida desde los hogares. El internet ha facilitado la comunicación, el desarrollo de la educación y ha sido de mucha productividad en el área salud, y miles de empresas del país.



### El Problema

La falta de Internet y por ende de otras tecnologías es conocida como “Brecha digital” y, aunque ha disminuido en las ciudades, en el interior del país aún es un obstáculo importante para el crecimiento económico, social y cultural. Más aún, en estos tiempos de pandemia, donde la mayor parte de las actividades y procesos se han automatizado y han pasado a ser mediados por tecnologías.

El distrito de Olá es un área de difícil acceso y no cuenta con un servicio de red de internet gratuito, a pesar de los esfuerzos del Estado para llevar los servicios de Internet al interior de Panamá.

## **La Solución**

En tal sentido, esta red les permitirá a las personas de la población y a los pequeños comerciantes, mejorar su calidad de vida con el apoyo de la red de internet en sus comunidades y le permitan mejorar su calidad de vida, como también a las instituciones ubicadas en las áreas que estén interesado en el uso del servicio de red de internet.

## **Propuesta de valor**

En la misma línea, una vez pasada la pandemia, la estructura facilitara la recuperación socioeconómica del país con su servicio de acceso a los contenido de manera rápida y segura como también a la contribución y desarrollo de diferentes sectores sociales como lo es salud y educación, gracias al acceso a informaciones con condiciones de igualdad, el uso de internet es una herramienta esencial que contribuye al desarrollo económico local, que le permite a la pequeñas y medianas empresas acceder a las informaciones necesaria para construir y continuar con sus negocios, siendo Internet una de las formas más rápidas y eficiente para estar en contacto con sus proveedores y clientes con el fin de nuevamente aumentar y continuar con la productividad y desarrollos de los negocios

## **Socios clave**

Proveedores de servicio de telecomunicaciones y de servicio eléctrico.  
Equipo técnico de la red inalámbrica.

## **Procesos clave**

Obtener permisos de operación.  
Identificar puntos geográficos estratégicos.  
Generar catálogo de planes.  
Reclutar fuerza de trabajo.

## **Recursos clave**

Infraestructura física de telecomunicaciones y plataforma web (servicio de Internet).  
Permisos de operación (ASEP).  
Equipo humano de técnicos especializados en telemáticas.

## **Segmento de clientes**

Pobladores de Olá que no cuentan con servicio de Internet.  
Instituciones públicas y privadas del corregimiento de Olá (educación, salud, finanzas, seguridad).

---

## Relaciones con clientes / Canales

Sitio web interactivo.  
 Redes sociales.  
 Departamento de calidad de servicio.  
 Departamento de mercadeo.









## Estructura de costes

Inversión en infraestructura tecnológica.  
 Mantenimiento de infraestructura tecnológica.  
 Sueldos y salarios de personal técnico especializado.

## Fuentes de Ingreso

Cobro de servicio a las organizaciones privadas.  
 Fondos de organismos públicos (MIDES, ASEP, SENACYT, AIG).  
 Fondos de organismos multilaterales e internacionales (BID, BM, otros).

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios clave</b> </p> <p>Proveedor de Servicio de telecomunicaciones.                  Proveedor de Servicio eléctrico.                  Equipo técnico de la red inalámbrica.</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>-Obtener permiso de operaciones.                  -puntos geográficos identificado.                  -Catálogo de planes y precios.                  -Fuerza de trabajo humana: - personal administrativo.</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>-Facilidad de comunicación rápida y segura.                  -Uso de red wifi gratis en área de difícil acceso.                  -Acceso a contenido virtuales en área de difícil acceso.                  -Facilidad de enseñanza y aprendizaje entre docente y estudiantes.                  -Mediana y pequeña empresa que adquiere el servicio para mejorar su comunicación con clientes y proveedores ya que no contaban con el servicio de internet.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>-Motivar al personal del nuevo uso de la tecnología.                  -Capacitación del uso de del conocimiento de la tecnología wifi.                  -Página web donde el cliente pueda aclarar sus dudas</p> <p><b>Canales</b> </p> <p>-Brochures.                  -Redes sociales.                  -Página Web.                  -Correos.                  -Instagram.                  -WhatsApp.</p>	<p><b>Segmentos de cliente</b> </p> <p>Pobladores de Olá que no cuentan con servicio de Internet.                  Instituciones públicas y privadas del corregimiento de Olá (educación, salud, finanzas, seguridad).</p>
<p><b>Estructura de costes</b> </p> <p>Inversión en infraestructura tecnológica.                  Mantenimiento de infraestructura tecnológica.                  Sueldos y salarios de personal técnico especializado.</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Cobro de servicio a las organizaciones privadas.                  Fondos de organismos públicos (MIDES, ASEP, SENACYT, AIG).                  Fondos de organismos multilaterales e internacionales (BID, BM, otros).</p>		



**ABUELITOS EN FORMA** | Estudiante: Ayleen García  
**Carrera:** Licenciatura en Contabilidad y Finanzas  
**Fecha de realización del proyecto:** mayo 2020

**Idea Innovadora**

Este emprendimiento está enfocado en ejercicios para adultos mayores. El ejercicio y las actividades físicas benefician a todas las personas y aquí nos enfocaremos en los adultos mayores, a medida que nos hacemos mayores aparecen limitaciones causadas por la edad que nos vuelven más dependientes. Con el fin de mejorar la movilidad y disfrutar de un envejecimiento saludable, es muy importante que las personas mayores realicen ejercicios aeróbicos, caminatas, bailes, otros, Que les ayuden a aumentar la respiración y la frecuencia cardiaca.



**El Problema**

A medida que nos hacemos mayores, aparecen limitaciones causadas por la edad que nos vuelven más dependientes. Las personas mayores presentan una serie de cambios psicológicos y sociales. Comprender estos cambios es importante para la comprensión de sus capacidades.

Es un hecho conocido que tanto la vida sedentaria como la como la falta de actividad física y la baja práctica de ejercicios son factores determinantes en la aparición de ciertas patologías (hipertensión, diabetes, osteoporosis, artrosis, debilidad muscular, caída, presión, etc.

## **La Solución**

El ejercicio y la actividad física benefician a todas las personas, incluidos los adultos mayores. Actualmente existen estudios con datos que demuestran que el entrenamiento físico continuado en atletas ancianos mantiene niveles adecuados de masa corporal magra, densidad ósea y potencia muscular. Además de ayudar a controlar algunos factores de riesgo cardiovascular como la hiperglicemia o el hipercolesterolemia. Incluso personas que superan los 90 años responden al entrenamiento con un aumento del volumen de sus músculos y de la fuerza, a la vez que incrementan su masa ósea.

## **Propuesta de valor**

Ofrecerles a los adultos mayores actividades físicas especializadas que a través de ellas ayuden a mejorar su salud ya que al hacer ejercicios mejoran su coordinación, el equilibrio, disminuye el riesgo de caídas y ayuda a prevenir o retrasar enfermedades crónicas o asociadas con el envejecimiento. La propuesta ofrece mejorar la calidad de vida de los adultos mayores con rutinas de ejercicios. Es la actividad física que se planifica y se sigue regularmente. Se realiza con movimientos repetitivos, con el propósito de mejorar o mantener un componente específico del estado físico.

## **Socios clave**

Entrenadores capacitados.  
Proveedores de instrumentos y máquinas para ejercicios.  
Proveedores de suplementos nutricionales.  
Instituciones de asilo (geriátricos).  
Redes sociales.

## **Procesos clave**

Análisis de los mejores sitios para promocionar el emprendimiento.  
Registro y diagnóstico de los clientes.  
Diseño de planes de entrenamiento personalizado.  
Control de resultados de entrenamiento.  
Informe de resultados al cliente.

## **Recursos clave**

Sitio web.  
Inventario de equipos e instrumentos.  
Colaboradores capacitados  
Espacio físico.  
Buena imagen.



## **Segmento de clientes**

Adultos mayores de 50 años en adelante, residentes en la ciudad de Panamá, o comunidades cercanas.

Personas semindependientes o independientes.

Personas independientes en instituciones o en la comunidad.

## **Relaciones con clientes / Canales**

Diagnóstico del cliente.

Diseño del plan de entrenamiento personalizado y control de resultados.

Por sitio web, redes sociales y correo electrónico.

Visitas a instituciones de asilo y a la comunidad.

Visitas a la comunidad.

## **Estructura de costes**

Alquiler de local comercial.

Diseño de sitio Web.

Compra de equipos e instrumentos para hacer ejercicios










## **Fuentes de Ingreso**

Mensualidades de los clientes.

Venta de productos nutricionales.

Venta de equipos e instrumentos para hacer ejercicios.

## **Matriz Lean Canvas**

<p><b>Asociaciones clave</b> </p> <p>Entrenadores capacitados</p> <p>Medios online para promocionar</p> <p>Clínica</p> <p>Instituciones de asilos</p> <p>Proveedores de Instrumentos de ejercicios y suplementos nutricionales</p>	<p><b>Actividades clave</b> </p> <p>Análisis de los mejores sitios para promocionar, estudio de los clientes, diseño de plan de entrenamiento, organización de calendario y asignar horarios, llevar controles de resultados y llevar al tanto al cliente.</p> <hr/> <p><b>Recursos clave</b> </p> <p>Buena imagen, buen servicio y atención en sitio web, estrategia y técnicas para trabajar con las personas y lo que requiere, sistema para organizar y asignar horarios.</p>	<p><b>Propuestas de valor</b> </p> <p>Brindarles a las personas mayores rutina de ejercicios para el beneficio de su salud y estado físico.</p> <p>Sentirse feliz y tener una autoestima apropiada.</p>	<p><b>Relaciones con clientes</b> </p> <p>Estudio inicial de las condiciones de los clientes, diseño de plan de entrenamiento, llevar al tanto los resultados del cliente, horarios ajustables.</p> <hr/> <p><b>Canales</b> </p> <p>Sitio Web Radio Instagram Facebook WhatsApp Correo electrónico Por medio físico, en instituciones de asilos, o la comunidad Eventos especiales.</p>	<p><b>Segmentos de mercado</b> </p> <p>Nos referimos con personas mayores de 50 años en adelante que viva en nuestra ciudad o lugares cercanos. Personas: semi-dependiente Independiente Independiente en instituciones y en la comunidad.</p>
<p><b>Estructura de costos</b> </p> <p>Inicio de infraestructura compra o alquiler del local, compra de los objetos de ejercicios, diseño del sistema web, redes sociales y demás canales para atraer los clientes,</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b> </p> <p>Mensualidad de suscripción básica de 50.00B/. y suscripción estrella de 70.00 B/. Que incluye estudio del cliente y plan especializados de ejercicios. Ejercicios grupales de 2.00B/. por persona una sola clase por semana. Venta de productos nutricionales Venta de instrumentos de ejercicios Rentabilidad</p>		

**CHIQUITINES** | Estudiante: Yiniva Peñalba

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

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

### Idea Innovadora

Chiquitines es una propuesta de tienda de ropa para bebés y accesorios para menores de 5 años, que pretende explotar una oportunidad de mercado, donde la economía familiar y los niños son los protagonistas. La idea central es la compra y venta de ropa nueva y de segunda mano, para niños y niñas desde recién nacido hasta los 5 años. La elaboración del presente plan de negocios tuvo como fin analizar la viabilidad de una tienda de ropa de bebé en la ciudad de Panamá. Conscientes de que hay varias tiendas pequeñas de ropa y cadenas de tiendas de ropa tanto variada como exclusiva para bebé en todo Panamá.



### El Problema

Este negocio dará respuesta a dos necesidades: ofrece la posibilidad a aquellas familias que desean desprenderse de los objetos que ya no utilizan; y por otro, a aquellos padres que ante la llegada de un nuevo hijo desean controlar al máximo el gasto en este tipo de artículos, sin que ello afecte a la calidad.

La pandemia COVID-19 está teniendo un efecto catastrófico en el tiempo de trabajo y en los ingresos, algunas personas están suspendidas del trabajo o desempleadas y comprar ropa nueva es una opción difícil así que comprar ropa de segunda mano sería una buena opción.

## La Solución

En el presente proyecto se propone el emprendimiento de una tienda de ropa para bebés de 0 meses a 5 años (compra y venta), ofreciéndole una nueva alternativa a los clientes. Las principales características de la empresa son ofrecer al mercado ropa para infantes de alta calidad, resistencia al uso en el exterior, comodidad y estilo. Para garantizar el cumplimiento con los estándares de calidad dentro de la tienda, las marcas que se venderán dentro la tienda deben indicar dentro de las etiquetas las fibras con las cuales han sido fabricados y el modo de lavado. La ropa que es comprada de segunda mano será inspeccionada por el personal de la tienda los cuales son los encargados de cumplir con que las prendas son recibidas se encuentran en condiciones para su uso, las medidas de revisión y tratamiento de las prendas serán posteriormente detalladas.

Chiquitines incluirá a todas las familias independientemente de su posición económica; involucrando a la clase alta, media y baja.

Se aceptará: ropa, accesorios, productos de paseo, en perfecto estado sin roturas, sin "bolitas", sin enganches, sin olores, sin manchas. Se recomienda llevar la ropa ya lavada. No se aceptará ropa interior (esto incluye medias), bodys (a menos que sea nuevo con etiqueta), chupetes ni mamaderas, baberos (a menos que sea nuevo con etiqueta), trajes de baño (a menos que sea nuevo con etiqueta), platos o cubierto.

## Propuesta de valor

La idea plasma diferentes escenarios, donde se tiene definido un plan estratégico para llegar a los clientes:

- Un catálogo de productos de primera, sujetos a un precio accesible para las familias de clase económica alta y media alta.
- Un catálogo de productos de segunda mano, sujetos a un precio accesible para las familias de clase media.
- “La Lista de Nacimiento” es la mejor manera de asegurarte de que te regalarán lo que realmente necesita tu bebé. Los padres seleccionaran todos los productos que desees que te regalen.
- Un servicio donativo y participativo que involucra a personas de muy bajos recursos.

## Socios clave

Inversionistas.

Instituciones benéficas.

Proveedores de servicio tecnológico.

Proveedores de servicios para la distribución de mercancías.

Proveedores de la industria manufacturera.

Proveedores de servicios de limpieza, costura y tintorería.

## **Procesos clave**

Diseño y desarrollo de la plataforma tecnológica.  
Compra de mercancías.  
Actividades de marketing.  
Alquiler y diseño de la tienda.  
Contratación y entrenamiento del personal.

## **Recursos clave**

Tienda física.  
Plataforma tecnológica.  
Colaboradores.

## **Segmento de clientes**

La propuesta está dirigida a un mercado de prendas de vestir para público infantil de 0 meses a 5 años, que serían quienes usen los productos que ofreceríamos en “Chiquitines”. Sin embargo, serían los progenitores, acudientes u otras personas adultas, los que adquieran los artículos, por lo que el mercado objetivo estaría enfocado en ellos.

Los clientes que frecuenten este negocio se clasifican en dos tipos:

- Personas que quieren vender sus artículos quienes se convierten en proveedores de la mercancía.
- Personas que deseen comprar.

## **Relaciones con clientes / Canales**

Sistema de Gestión de Relaciones con el Cliente (CRM).  
Sistema de donaciones.  
Encuestas de satisfacción.  
Suscripciones para evento y promociones.  
Los canales de pago incluyen: PayPal, Yappy, Tarjetas de Débito y Crédito, Transferencias y Efectivo.

## **Estructura de costes**

Alquiler de local.  
Infraestructura física y tecnológica.  
Sueldos y salarios para el personal (colaboradores em tienda, administrativos).  
Compra de mercancía.


---

Publicidad.  
Lavandería.

### Fuentes de Ingreso

Suscripciones.  
Servicios de envío.  
Ventas directas.  
Ventas en línea.

### Matriz Lean Canvas

Socios Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relaciones con los Cliente	Segmentos de Clientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>Inversionistas.</li> <li>Instituciones Benéficas.</li> <li>Proveedores de servicio tecnológico.</li> <li>Proveedores de servicio para la distribución de mercancía.</li> <li>Proveedores de la industria manufacturera.</li> <li>Proveedores de servicio de limpieza, costura y tintorería.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseño y desarrollo de la plataforma tecnológica.</li> <li>Compra de mercancía</li> <li>Actividades de Marketing.</li> <li>Alquiler y diseño de la tienda.</li> <li>Contrato y entrenamiento del personal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ropa para bebés y niños entre 0 y 5 años de edad.</li> <li>De primera y segunda mano.</li> <li>Lista de Nacimiento</li> <li>Servicio de apartados 30 días.</li> <li>Reintegro de hasta el 10% del valor inicial en créditos, por la suscripción a nuestro programa.</li> <li>Servicio y programa de donaciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>CRM y el Sistema de Donaciones.</li> <li>Encuestas de satisfacción.</li> <li>Suscripción para eventos Y promociones.</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>CHIQUITINES</b> </p>	<p><b>Mercado Potencial:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Todo el país Panamá.</li> </ul> <p><b>Mercado específico:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ciudad de Panamá</li> <li>Madres y padres de niños y niñas entre 0 y 5 años de edad.</li> <li>Personas que mantengan relación con infante.</li> <li>Que sean de cualquier clase social.</li> </ul>
<p><b>Estructura de Costos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Alquiler de local, Infraestructura Física y Tecnológica.</li> <li>Gastos de Personal – Administrativos - Impuestos.</li> <li>Publicidad – Compra de mercancía mínima a proveedores.</li> <li>Lavandería.</li> </ul>		<p><b>Fuentes de Ingresos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Fuentes:</b> Suscripciones – Servicios de envío – Ventas directas.</li> <li><b>Canales de Pago:</b> PayPal, yappy - Tarjeta de débito y crédito – Transferencia y Efectivo.</li> </ul>		



**ECO PAÑALES** | Estudiante: Adriana Rodríguez  
**Carrera:** Licenciatura en Turismo con énfasis en Hotelería  
**Fecha de realización del proyecto:** mayo 2020

### Idea Innovadora

Este emprendimiento consiste específicamente en ofrecer un servicio inicialmente descrito de la siguiente manera. Se ofrece el servicio y una vez contratado, personal de la empresa llevara al domicilio el producto hipoalergénico y baldes para el remojo de pañales de tela. El padre, madre o persona responsable del cuidado directo del niño, de acuerdo con las indicaciones e instrucciones recibidas preparará los baldes correspondientes con las cantidades de agua y detergente recomendado y luego de retirar resto de material fecal de los pañales los introducirá en dichos baldes.

La empresa recogerá los baldes con los pañales en remojo cada 3 días para su correspondiente lavado, esterilización, doblado, empaquetado y entrega. Al momento de retirarlo del domicilio dejará el lote de pañales retirados anteriormente y baldes limpios para su posterior uso. Repondrá en caso de ser necesario el producto hipoalergénico empleado. La cantidad mínima de pañales de tela semanales a utilizar es de 100 pañales.



### El Problema

Actualmente vivimos en un mundo tan acelerado. Todos los días tenemos tantas cosas que hacer, la agenda está llena desde hace varios meses, nuestras pantallas tienen muchas ventanas abiertas al mismo tiempo, vamos siempre de prisa por la calle, en el metro, el autobús o lidiando con el tránsito en nuestro vehículo. Muy pocos se detienen un

momento del día a pensar cuánto daño estamos haciendo a la madre tierra donde vivimos. Es por esto por lo que deseo realizar un emprendimiento que vaya más allá de generar ingresos y puestos de trabajo, sino que también pueda contribuir con el medio ambiente donde vivimos, porque al final de todo se puede conseguir un nuevo trabajo para generar dinero, pero no se puede conseguir un nuevo planeta para vivir.

## **La Solución**

Eco pañales es un servicio de lavado y esterilización de pañales (pampers) de telas a domicilio - es una empresa dedicada a ofrecer el servicio de lavado, esterilización y secado de telas contribuyendo de esta forma con el medio ambiente al disminuir el uso de pampers desechables y como ayuda a los padres con bebés que tengan pieles delicadas que por razones de trabajo u ocupación no pueden dedicarse a esta actividad.

La empresa utilizará el mismo sistema de identificación y separación de ropa de las lavanderías automáticas utilizado en todo el mundo con el fin de garantizar la individualidad de los pañales y los mismos serán trasladados del domicilio a la empresa en los mismos baldes y de regreso serán entregados al domicilio en bolsas esterilizadas biodegradables identificados con los datos del cliente.

Este emprendimiento se iniciará en un local ubicado en: Vía Israel y calle 71, San Francisco, Ciudad de Panamá. Panamá (lavandería física) donde funcionaba una lavandería común. Al momento de realizar la compra de la lavandería esta se someterá a una inspección que constará del revisado de cada máquina para garantizar el debido funcionamiento de estas, ya que, una vez cerrada la compra, estas no mantendrán ninguna garantía de parte de su dueño anterior. De pasar las revisiones pertinentes entonces si se comprará la lavandería con las máquinas incluidas, de no pasar estas inspecciones exitosamente entonces se negociará el precio para bajar el valor total de la compra.

## **Propuesta de valor**

El emprendimiento está caracterizado por brindar un servicio de lavandería de pañales de tela a domicilio dirigido a aquellos padres que deseen sumarse a las buenas prácticas para cuidar al medio ambiente y a otros padres con niños o bebés que necesiten usar estos pañales porque tengan pieles delicadas y que el material de plástico común de los pañales desechables les haga daño. Además, también va dirigido a las personas que estén interesadas en trabajar con nosotros en una microempresa que puede llegar a ser una empresa grande y de éxito.

A pesar de la actual crisis mundial que estamos viviendo es un buen momento para emprender con este negocio debido a la necesidad de alcanzar un cambio en el cuidado del medio ambiente, ayudar a la economía familiar y a la creación de nuevos puestos de trabajo.

## **Socios clave**

En relación con los insumos y equipos necesarios para el funcionamiento de nuestro emprendimiento, contamos con: Energía eléctrica, Servicio de agua, Detergentes, Desinfectantes, Lavadoras industriales, Secadoras industriales. Además de nuestros proveedores: IDDAN, Gas Natural Fenosa, Empresa de mantenimiento de equipos, Empresa que surta el producto de lavado para los pañales y limpieza de la lavandería física.

## **Procesos clave**

Las actividades clave es algo que debería ir variando conforme vaya avanzando la empresa. Inicialmente, el proceso de captación de nuevos clientes y también en la recurrencia de esos clientes. También, la actividad clave que ofrece nuestro sistema de gestión es la de ofrecer la solución a varios problemas:

- Contribuir con el medio ambiente al disminuir el uso de pampers desechables (desechos no degradables).
- Ayuda los padres que por razones de trabajo u ocupación no pueden dedicarse a esta actividad.
- Creación de nuevos puestos de trabajo en pequeña escala al principio y a futuro a mayor escala cuando el emprendimiento cubra todos los requisitos y lineamientos que exigiría o implicaría convertirlo en una franquicia.

## **Recursos clave**

Pañales de tela, energía eléctrica, servicio de agua, detergentes, desinfectantes, lavadoras industriales, secadoras industriales.

## **Segmento de clientes**

El emprendimiento está dirigido a padres con bebés que usen, requieran o estén interesados en usar pañales de tela ya sea por interés de cuidar el medio ambiente, porque el bebé o niño tenga piel delicada que usando pañales desechables corrientes le hagan daño y/o por economía en el presupuesto familiar. Ya que aun cuando los padres con bebés que contraten nuestro servicio deben tener un cierto nivel económico para poder costearlo, se garantiza que será mucho más económico que el uso de pañales desechables.

Por lo antes señalado, los principales clientes lo conforman las familias con hijos que por su desarrollo evolutivo están en la etapa de usar pañales. Dentro de este universo poblacional.

Directamente va dirigido a padres (en periodo de crianza de niños que usan pañales) colaboradoras que necesitan economizar en el gasto que implica el uso de pañales desechables sin necesidad de agregar más tiempo y dedicación a las tareas de la casa. Inicialmente por la ubicación física de la microempresa, favorecerá a las madres que residen en el corregimiento de San Francisco.

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

La manera de dar a conocer este emprendimiento a los clientes será mediante la venta online a través de la página web y redes sociales: Instagram, Facebook. Por medio de la distribución de Brochures en locales comerciales, guarderías, centros de cuidado materno-infantil y el envío del producto mediante un transporte de mercancías. Además, se dispondrá de atención telefónica y vía mail para solucionar las incidencias, preguntas y demás temas que surjan.

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

### **Estructura de costes**

Capital de inversión: Local, equipos, licencia de operación.

Costos fijos: Servicio eléctrico, Servicio de agua, Servicio de gas, Nómina de colaboradores, Insumos (detergente, otros), Impuestos.

### **Fuentes de Ingreso**

Los fondos para poder llevar a cabo esta idea innovadora pienso solicitarlos a través de un préstamo a mi entidad bancaria donde mantengo un récord bancario limpio y responsable. Además, investigando un poco más de dónde puedo obtener los fondos necesarios para el emprendimiento sería una buena idea contar con un socio amigo el cual pueda ayudar con el capital necesario para la realización de este proyecto.

De no poder obtener este préstamo ni localizar el socio más adecuado para el emprendimiento consideraré como última opción los ahorros que he guardado para poder llevar a cabo mi idea.

Por otra parte, toda la investigación que he realizado me ha permitido conocer un programa de financiamiento público que existe en el país llamado Ampyme que nace para ayudar a las micro y pequeñas empresas brindando orientación y ayuda en las principales entidades de financiamiento que existen suscritas en el programa.

## Matriz Lean Canvas

<b>8. Socios claves</b> Naturgy: Energía eléctrica. IDAAN: Agua. Entidad Financiera. Proveedores de Detergentes. Desinfectantes Lavadoras industriales Secadoras industriales	<b>7. Actividades claves</b> Contribuir con el medio ambiente Ayuda los padres con bebés o niños que tengan pieles delicadas al material de los pañales corrientes Creación de nuevos puestos de trabajo	<b>1. Propuesta de valor</b> Servicio a domicilio de lavado, esterilización y secado de pañales de tela contribuyendo de esta forma con el medio ambiente Ahorro de dinero por el reciclaje de pañales de tela y disminución de pañales desechables que son más costosos Ayuda a los padres con bebés o niños que tengan pieles delicadas que el uso de pañales corrientes les haga daño.	<b>4. Relación con clientes</b> Trato rápido y eficaz con los clientes Servicio a domicilio pre y post venta	<b>2. Segmentos de mercado</b> Padres (en periodo de crianza de niños que usan pañales) trabajadores que necesitan economizar en el gasto que implica el uso de pañales desechables sin necesidad de agregar más tiempo y dedicación a las tareas de la casa.
	<b>6. Recursos claves</b> Energía eléctrica Agua Detergentes Desinfectantes Lavadoras industriales Secadoras industriales		<b>3. Canales</b> Catálogos Página web y redes sociales	
<b>9. Estructura de costos</b> * Costos fijos: 1. Servicio eléctrico 2. Servicio de agua 3. Nómina colaboradores 4. Compra de insumos 5. Gasolina para transporte 6. Impuestos		<b>5. Modelos y fuentes de ingresos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestamo bancario para inversión</li> <li>• Socio que aporte el capital de inversión</li> <li>• Programa de financiamiento público Ampyme</li> </ul> Canales de Pago <ul style="list-style-type: none"> <li>• Efectivo</li> <li>• Tarjeta de Débito / Crédito</li> <li>• Transferencia bancaria</li> <li>• Servicio bancario Yappy (Banco General)</li> </ul>		



**BATIDOS LA COSECHA** | Estudiante: Shaddai Santizo  
**Carrera:** Licenciatura en Turismo con énfasis en Hotelería  
**Fecha de realización del proyecto:** mayo 2020

### Idea Innovadora

El objetivo de este trabajo es desarrollar un proyecto de emprendimiento sobre batidos preparados con frutas de calidad y cuya funcionalidad es satisfacer las necesidades del consumidor en cuanto a salud, bienestar y dolencias corporales. Se analizaron diferentes factores tanto internos como externos de la ubicación para conocer su viabilidad; también se estudiaron diversas técnicas de marketing para identificar la acogida del producto, esto sin olvidar la puesta de objetivos y estrategias del proyecto y así conocer su rentabilidad.



### El Problema

Es frecuente que los trabajadores que cumplen con sus jornadas matutinas salgan a laborar muy temprano y sin desayunar, por falta de tiempo para prepararse un buen desayuno o desconociendo la importancia que tiene el desayuno en la dieta diaria. No menos cierto es, que, con la pandemia, muchos trabajos se han cancelado y otros han pasado a realizarse desde la casa con la modalidad de teletrabajo. Sin embargo, los trabajadores de la salud (médicos, enfermeras y técnicos en las distintas especialidades de la salud), así como los trabajadores de seguridad, han debido redoblar sus esfuerzos para atender la situación.

Se requiere de una alternativa que brinde un alimento saludable, económico, oportuno y variado.



## **La Solución**

Batidos La Cosecha que es un puesto que se dedicará a la venta de batidos saludables y comida ligera para contribuir a la buena alimentación durante este tiempo de pandemia, esperando posicionarnos por más tiempo en el mercado panameño y que nuestros productos sean de preferencia para nuestros clientes. Además, como el costo de proveer exclusivamente este tipo de bebidas no es suficientemente rentable para mantener la infraestructura (local comercial, recursos humanos) y para poder afrontar los períodos de menor demanda, el cliente tendrá la opción de consumir productos sanos como sándwiches integrales, bocadillos y ensaladas.

Batidos La Cosecha busca establecerse como empresa capaz de proporcionar vitaminas, ingredientes y valores nutricionales a nuestros clientes que buscan día a día complementar sus hábitos alimenticios y garantizarles que sus productos sean elaborados lo más naturales posibles para que se alimenten de manera saludable.

## **Propuesta de valor**

El producto principal de Batidos La Cosecha son los jugos preparados en el momento de pedirlos, y personalizarlos según el gusto de los clientes. Buscamos que el consumidor sea el protagonista, ya que tendrá la libertad de crear su propio jugo según sus necesidades o gustos y al igual podrá degustar productos saludables, como: sándwiches integrales, bocadillos y ensaladas entre otras cosas.

## **Socios clave**

Batidos La Cosecha reconoce el importante rol que desempeñarán sus proveedores ya que son el punto de partida de su cadena logística por lo cual es fundamental realizar una buena selección de estos.

Es muy importante mencionar que un solo proveedor no será suficiente, por ello pretendemos contar con 3 como mínimo para garantizar la disponibilidad de los productos.

Las políticas de pago para los proveedores, en un inicio serán contra entrega, debido a que el punto de compras es el mercado de frutas, una vez se cuente con un mejor posicionamiento y con respaldo de compras constantes se solicitará a los proveedores líneas de crédito de 30 días, con la finalidad de ir disminuyendo las compras al contado.

## **Procesos clave**

En Batidos La Cosecha es vital que los productos reflejen calidad, por ello seleccionaremos la materia prima en base a su estado de madurez y la categoría extra que

---

presente. Aplicaremos ciertas reglas para control de inventarios y procesos y con esto asegurar la calidad total ofrecida al cliente.

Tendremos 4 tipos de batidos: Funcionales; Energizantes; Vitamínicos; Exóticos. Para ello dispone de frutas como naranja, manzana, banana, kiwi, durazno, piña, pera, limón, sandía, melón, mango, frambuesa, maracuyá, coco, zanahoria, tomate y diferentes frutas y vegetales de temporada. Estas pueden combinarse con leche, agua, jugo de naranja o yogur natural. Todos los productos son preparados sin azúcar, la cual puede ser adicionada por disposición del cliente.

Para seleccionar el envase del batido se tuvo en cuenta que este se pudiera manipular de forma y que se consiga de acuerdo con la oferta comercial ofrecida para el consumidor, se utilizarán envases transparentes de material reciclado para que el cliente aprecie la frescura y la calidad de producto y así de igual manera contribuir con el medio ambiente.

Un proceso clave es el de la conservación de las frutas:

**Piña:** Es una fruta muy frágil y sensible a los cambios bruscos de temperatura. Se puede conservar durante unos días en un lugar fresco y seco, aunque nunca en el frigorífico porque se deteriora a temperaturas inferiores a los 7°C. Una vez pelada y cortada, se puede conservar en la nevera recubierta con un envoltorio de plástico, aunque se ha de consumir lo antes posible. A partir del punto óptimo de madurez comienza a perder su jugosidad con gran rapidez.

**Banana:** Esta fruta no requiere unas condiciones especiales de conservación, basta mantenerlos en un lugar fresco, seco y protegido de la luz directa del sol. Si se conservan en el frigorífico, la cáscara de la banana se ennegrece por lo que se altera su aspecto externo, pero esto no afecta en absoluto a su calidad nutritiva. El oscurecimiento de la piel puede evitarse si se envuelven en papel de periódico. Las bananas también se pueden congelar, de forma que se conservan durante unos 2 meses.

**Frambuesa:** Esta fruta es sumamente delicada y perecedera, ya que sus numerosos granos llenos de jugo son tan sensibles que la manipulación, el calor o simplemente el contacto de unas con otras deterioran tanto su apariencia como su calidad. Una vez en el hogar, conviene guardarlas sin lavar y sin tapar en un envase llano, en una sola capa, y de cierre hermético en el frigorífico.

**Kiwi:** En un lugar fresco, el kiwi puede conservarse durante mucho tiempo siempre que esté protegido contra la deshidratación, por ejemplo, con bolsas de uso alimentario. Si lo conservamos a temperatura ambiente, nos aguanta hasta 15 días; si lo refrigeramos, un mes y si lo congelamos, hasta 6 meses. Si se desea que vayan madurando, se los dejará a temperatura ambiente.

**Limón:** Los limones sanos, carentes de defectos, se pueden conservar perfectamente y durante varias semanas a temperatura ambiente sin necesidad de utilizar el frigorífico. Si se utilizan fuentes de frío se pueden conservar en óptimas condiciones hasta un mes.

**Mango:** El mango que aún está verde puede refrigerarse para retrasar su maduración; se mantiene en óptimas condiciones hasta 27 días si se somete a temperaturas de 8°C. Si se desea que madure, debe dejarse a temperatura ambiente para que alcance el punto de sazón, a partir de lo cual se ha de consumir en un plazo máximo de 5 días.

**Manzana:** Si los frutos están sanos se conservan en perfecto estado durante días a temperatura ambiente. Existen variedades cuya fuerza vital se agota después de 1 o 2 semanas, mientras que otras resisten durante 6 meses o más. Si se desean conservar hasta 5-6 semanas, es mejor introducirlas en una bolsa de plástico y rociarlas cada semana con agua.

**Melón:** El melón maduro se ha de consumir lo antes posible, ya que se deteriora con suma rapidez. Una vez abierto, conviene guardarlo en la nevera cubierto con un film transparente, ya que desprende un olor muy fuerte y absorbe fácilmente el sabor de otros alimentos.

**Naranja:** Si las naranjas se van a consumir en poco tiempo, se pueden dejar en un frutero a temperatura ambiente. Sin embargo, para conservarlas durante semanas conviene mantenerlas en el frigorífico. Las naranjas no se han de apilar unas sobre otras, sino que se han de disponer una al lado de la otra, manteniendo cierta separación entre ellas.

**Sandía:** La sandía es una fruta que se conserva en perfecto estado durante dos semanas si se mantiene a unos 15°C, y hasta tres semanas a 7-10°C. Debido a que es muy sensible al frío no debe mantenerse a temperaturas inferiores a 7-10°C. Su gruesa corteza le permite aguantar en buenas condiciones durante bastantes días a temperatura ambiental.

**Vegetales:**

**Albahaca.** Como en un florero, la albahaca se puede poner en un vaso con agua o también la podemos meter en un recipiente hermético con papel de cocina mojado.

**Apio.** Como en un florero, el apio se puede colocar en un vaso o recipiente con un poco de agua. Aguantará unos 7 días. No necesita estar en el refrigerador.

**Berenjenas.** Guardar en el refrigerador en recipiente seco cerrado, sin humedad, para que puedan mantenerse seca.

**Cebollas.** Necesitan un lugar bien aireado, oscuro y sin humedad.

**Espárragos.** Como en un florero, se pueden colocar en un recipiente con un poco de agua, fuera del refrigerador. Aguantarán hasta una semana más.

**Hierbas aromáticas.** Se conservan mejor en el refrigerador dentro de un recipiente cerrado introduciendo un papel de cocina húmedo. Así se conservarán hasta más de una semana.

**Hinojo.** Se guarda fuera del refrigerador, en un recipiente con agua.

---

Pepinos. Se envuelven con servilletas papel húmedas y se guardan en el refrigerador.

Remolacha. Se les cortan las hojas y se almacenan en el cajón de las verduras del refrigerador, evitando la humedad. Las hojas se guardan en un recipiente cerrado en el refrigerador con papel mojado.

Zanahorias. Se le quitan las hojas y se mantiene en un recipiente con una hoja de papel que debe mantenerse siempre un poco húmeda.

### **Recursos clave**

Local físico.  
Personal.  
Equipos.  
Motorizado.

### **Segmento de clientes**

Personal médico y en general de la salud.  
Personal de seguridad (Policías, seguridad privada, bomberos, otros).  
Colaboradores de entidades financieras.

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

Redes sociales.  
Aplicación móvil.  
Entrega a domicilio con motorizado.  
Atención directa en tienda física.

### **Estructura de costes**

Pago de sueldos y salarios.  
Compra de insumos y materiales.  
Pago de electricidad y agua.

### **Fuentes de Ingreso**

Venta de productos.  
Capital del programa AMPYME.  
Ahorros personales.

## Matriz Lean Canvas

<p><b>Socios claves</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Granjas productoras de insumos (mínimo 3 que vendan lo mismo para no afectar la continuidad del negocio).</li> <li>• Ministerio de Salud</li> <li>• Asociación con Fabrica Nestlé para suministro de insumos lácteos.</li> <li>• Personal encargado del mantenimiento de las licuadoras, electrodomésticos etc.</li> </ul>	<p><b>Actividades claves</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampyme</li> <li>• Obtener aviso de operación para formalizar la propuesta.</li> <li>• Ofrecer una carta con combinaciones de batidos personalizados de acuerdo a la necesidad y gustos del cliente. Dar a conocer el valor calórico y beneficio nutricional de los batidos saludables.</li> <li>• Trabajaremos con frutas y verduras, al igual que con pulpas de frutas.</li> <li>• Brindar un estilo de vida saludable con verduras y frutas.</li> </ul>	<p><b>Propuesta de valor</b></p> <p>Producto personalizado que otorga a los consumidores, beneficios nutricionales específicos a través de un batido refrescante; bebidas preparadas con frutas de calidad y cuya funcionalidad es satisfacer las necesidades del consumidor en cuanto a salud, bienestar y dolencias corporales.</p> <p>Oportunidad de crear mejores hábitos alimenticios.</p> <p>El empaque elegido es de plástico reciclable en donde se verá reflejado el logo de la empresa, adicional a ello recibirán una cartilla nutricional, en donde encontrarán la información nutricional del batido que están adquiriendo.</p>	<p><b>Relación con el cliente</b></p> <p>Alternativa #1: Cada consumidor podrá armar su propio batido; es decir, si nuestra cartilla de opciones no complace a nuestro cliente, él tendrá la alternativa de escoger hasta 4 ingredientes para armar su batido.</p> <p>Alternativa #2: Contaremos con un catálogo en donde podrán escoger entre las alternativas de batidos que con las que contamos, tales como: los energizantes, los adelgazantes, los vitamínicos, y los exóticos.</p> <p>Descuento a partir del 3er batido y servicio de entrega.</p>	<p><b>Segmento de clientes</b></p> <p>Personal médico, trabajadores de aseo, bomberos, policías y entidades bancarias, personas cercanas al establecimiento.</p>
<p><b>Recursos claves</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Local</li> <li>• Motorizado</li> <li>• Personal para hacer los batidos</li> <li>• Equipos (Licuadoras, tostadoras, wafieras etc.)</li> </ul>				<p><b>Canales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Redes sociales.</li> <li>• Aplicación móvil</li> <li>• Entrega a domicilio con motorizado.</li> <li>• Atención directa en tienda física.</li> </ul>
<p><b>Estructura de coste</b></p> <p>Pago de salarios                  Compra de insumos y materiales                  Pago de electricidad y agua                  Pago a las distribuidoras según condiciones acordadas.</p>			<p><b>Fuentes de Ingreso</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Venta de productos.</li> <li>• Capital del programa AMPYME.</li> <li>• Ahorros personales.</li> </ul>	



