

<i>Brief de diseño de marca</i>	<i>Respuesta</i>
¿Cuál es la actividad de la empresa?.	Venta del Kits para solventar los sintomas del ciclo menstrual
¿Cuál es la historia de la empresa?	La empresa tuvo sus incios el 25 de Febrero de 2019, como parte de una idea de una lluvia de ideas desarrollada en el espacio academico "Gestion de proyectos I", En los inicios la empresa se concentro en crear un kit el cual mejorarala portabilidad de los productos de aseo femenino, sin embargo, con la ayuda y guia de los respetivos docentes del semestre se establecio de que la empresa crearia un kit portable, reutilizable y que brinde un servicio o producto innovador, con el paso el apoyo semana tras semana, se establecieron conceptos como lo son: Marco legal, razon social, gama de colores, estilo del producto y la empresa. Para el segundo periodo del 2019 se fortalecieron conceptos como lo son: el estudio de mercado, estudio de la competencia, innovacion, diferenciacion del producto o servicio con el resto, redes sociales y demas, de igual forma se fortalecio la idea principal cambiando algunos productos del kits e incorporando otros muy imporantes y que se conviertieon eje importante del desarrollo de la empresa, como lo es la copa menstrual. Para el primer periodo del 2020 a pesar de las dificultades ejercidas por la pandemia, se esta dando el inicio y desarrollo del emprendimiento con modalidad de negocio Box of Her, asi mismo se estan estableciendo costos para el inicio del desarrollo del emprendimiento y establenciendo relaciones con las alianzas estrategicas para dar viabilidad y desarrollo.
Mencione tres características diferenciales de su producto o servicio.	* Innovacion del kit, tenidno en cuenta el mercado actual * Producto reutilizable y de gran calidad *Producto con eje comunicacional que ayuda a mitigar el pensamiento equivoco que exite sobre el ciclo menstrual
¿Cuál es su publico objetivo?	Mujeres entre los 13 y 45 años de edad
¿Podría describir a la persona considerada parte de su público objetivo? ¿Cómo es? ¿A qué se dedica?.	Mujer del comun, entre los 13 y 45 años de edad, con una vida monotona (labotal o estudiantil) la cual vive en constante movimiento viviendo el dia a dia

¿Cómo quiere ser percibido por sus clientes?	Como una empresa que brinda un producto de calidad, de confianza y a un precio justo, el cual pueda ser recomendado por su servicio y su transparencia
¿Qué visión tiene a mediano y corto plazo de su empresa?	Corto plazo: Tener un inicio positivo y contar con el capital de arranque para dar a conocer la marca y nuestros kits Mediano plazo: Ser una empresa autosustentable, que este constantemente innovando y acercándose a otros público
¿Qué canales usa actualmente para comunicarse con sus clientes.	Facebook Instagram
¿Cuál es su objetivo estratégico más importante?	Ser una empresa educomunicacional que ayude a solventar o mitigar el pensamiento errado que existe de la menstruación y de los procesos fisiológicos de las personas
Ahora identifique a una empresa de su competencia.	la marca Nosotras de grupo Familia, con su Kits para solventar los síntomas de la menstruación
¿Cuál es la fortaleza de la competencia frente a su empresa?	A pesar de que nosotras tiene un kit similar, su uso no es para la venta comercial, si no para uso publicitario ante instituciones educativas y empresariales
¿Cuáles son tus fortalezas?	Constancia Trabajo en equipo Transparencia Perseverancia
¿Cuáles son tus debilidades?	Falta de comunicación Falta de formación del personal

¿Podría describir la marca de su competencia?	Marca reconocida por su calidad, sus precios y por su trayectoria en el mercado de la venta de productos del cuidado femenino
Defina en una frase a su empresa	"La innovacion, la perseverancia y la transparencia sera la base nuestro exito"