

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción.....	1
2. Objetivos y resultados esperados.....	2
2.1 Objetivos generales.....	2
2.2 Objetivos específicos.....	2
2.3 Resultados esperados.....	2
2.4 Aspectos Relevantes de la metodología.....	2
3. Marco conceptual.....	4
3.1 Conceptos clave.....	4
3.1.1 Inteligencia Artificial.....	4
3.1.1.1 Estado del arte tecnológico.....	4
Clasificación.....	5
Regresión.....	5
Agrupación.....	6
Recomendación.....	6
Detección de anomalías.....	7
3.1.2 Plataformas digitales.....	7
3.1.3 Estrategia digital.....	8
4. Mercado.....	10
4.1 Oferta.....	10
4.1.1 Principales proveedores.....	10
4.1.1.1 Amazon Web Services.....	10
4.1.1.3 Google.....	10
4.1.1.4 IBM.....	11
4.1.1.5 Microsoft.....	11
4.1.1.7 Visión agregada de la oferta.....	11
4.1.1.6 Jugadores de nicho.....	13
4.1.2 Competidores.....	13
4.1.2.1 Acumos AI.....	13
4.1.2.2 Algorithmia.....	14
4.1.2.3 AWS Marketplace.....	14
4.1.2.4 Azure Marketplace.....	14
4.1.2.5 Bonseyes.....	14
4.1.2.6 SingularityNET.....	15
4.1.2.7 Watson Marketplace.....	15
4.2 Demanda.....	15
4.2.1.1 Demanda en grandes empresas.....	15
4.2.1.2 Demanda en medianas y pequeñas empresas.....	16
4.2.2 Industrias.....	17
4.3 Necesidades no cubiertas.....	18
4.4 Resumen de mercado.....	19
5. Modelo de negocios.....	20
5.1 Business Model Canvas.....	20
5.1.1 Propuesta de valor.....	20
5.1.1.1 Consumidor.....	20

Simplificación en la integración tecnológica.....	20
Reducción de tiempo al mercado	22
Flexibilidad	22
Descubrimiento.....	22
Plan de contingencia	23
5.1.1.2 Oferente.....	24
Acceso a mayor volumen de transacciones	24
Adopción compartida	24
Promoción	24
5.1.2 Segmentos de clientes.....	25
5.1.2.1 Creación de valor.....	25
Nuevos proyectos de inteligencia artificial.....	25
Nuevas compañías.....	25
Estrategia de centralización	26
Pruebas.....	26
5.1.2.2 Clientes clave.....	26
5.1.2.2.1 Arquetipos de consumidores	27
5.1.2.2.2 Oferentes	28
5.1.3 Recursos clave	28
5.1.3.1 Tecnología	29
Aplicación de software	29
Talento técnico.....	29
Capacidad de cómputo: Cloud Computing.....	29
5.1.3.2 Adopción	30
Contenido técnico.....	30
Fuerza de ventas digital	30
Fuerza de desarrollo de socios	30
5.1.4 Socios clave	31
5.1.4.1 Oferentes como socios	31
5.1.4.2 Proveedores como socios.....	31
5.1.5 Actividades clave	31
Desarrollo de producto.....	32
Reclutamiento de oferentes	32
Captura de consumidores.....	32
Desarrollo de contenido técnico.....	33
5.1.6 Relaciones con clientes.....	33
5.1.7 Canales	33
5.1.8 Estructura de costos.....	34
5.1.8.1 Costos fijos.....	34
5.1.8.2 Costos variables	34
5.1.9 Fuentes de ingresos	35
5.1.9.1 Transacciones	35
5.1.9.2 Indirecto	36
5.1.9.3 Consideraciones	36
5.1.9.4 Decisión sobre fuentes de ingresos	37
5.1.10 Business Model Canvas.....	38
5.2 Modelo de negocios digital	39
5.2.1 Contenido	39
5.2.1.1 Contenido externo	40
5.2.1.2 Contenido propio	41
Contenido técnico.....	41
5.2.2 Experiencia de usuario	41
5.2.2.1 Feedback.....	42
5.2.2.2 Experiencia de la plataforma	43

5.2.2.3 Recursos para la ejecución	43
5.2.3 Plataforma	43
5.3 Modelo de negocios combinado	44
6. Ecosistema y plataforma	46
6.1 Efectos de red	46
6.1.1 Efectos de red positivos	47
6.1.2 Efectos de red negativos	48
6.2 Diseño y arquitectura	50
6.2.1 Unidad de valor	51
6.2.2 Participantes	51
6.2.2 Filtros	51
6.3 Monetización	52
6.3.1 Formas de monetización	52
6.3.2 Disposición a pagar	53
6.3.2 Otras consideraciones	54
6.4 Gobernanza	54
6.5 Estrategia de lanzamiento	55
6.6 Métricas	57
6.6.1 Métricas para fase inicial	57
6.6.2 Métricas de crecimiento	58
6.7 Resumen sobre ecosistema y plataforma	60
7. Validación	61
7.1 Metodología Lean Startup	61
7.2 Construcción del mínimo producto viable	62
7.5 Medición y resultados	63
7.5.1 Preguntas abiertas	63
7.5.2 Entrevistas estructuradas	64
7.6 Aprendizajes	65
7.7 Conclusiones sobre la iteración	66
8. Líneas de acción estratégicas	67
8.1 Alcance	68
8.1.1 Misión y visión	68
8.1.2 Producto	69
8.1.3 Alcance geográfico	69
8.2 Organización	70
8.2.1 Innovación	70
8.2.2 Salud del negocio	70
8.2.3 Financiamiento	71
8.2.6 Establecimiento	72
8.2.5 Tecnología	72
8.2.4 Datos	73
8.2.7 Equipo	74
8.3 Resumen de líneas de acción estratégicas	75
9. Conclusiones	76

10. Bibliografía.....	78
11. Anexos.....	82
11.1 Glosario de servicios cognitivos.....	82
11.2 Producto mínimo viable.....	84
11.3 Feedback de usuarios	85
11.4 Entrevistas	86
11.5 Gráficos derivados.....	88