

# Tabla de contenido

Agradecimientos .....	3
1.-Introducción .....	6
2.-Objetivos .....	8
2.1.-Objetivo General .....	8
2.2.-Objetivos Específicos .....	8
3.- Marco Teórico: .....	9
3.1. Las economías compartidas y el consumo colaborativo .....	9
3.2.- La importancia de la comida en la cultura y el bienestar de los estudiantes internacionales. .....	11
3.3- Uso de la web y redes sociales .....	11
4.-Metodología .....	13
5.-Oportunidad de globalización .....	15
6.-Exploración del mercado y caracterización del segmento .....	16
6.1.-Definición del mercado .....	19
6.2.-Caracterización del segmento .....	21
7.-Propuesta de valor .....	22
7.1- Tareas de los usuarios .....	22
7.2.-Problemas .....	22
7.3.-Ganancias .....	23
8.- Propuesta de solución .....	26
8.1.-Operación y cadena de valor .....	27
8.2.-El rol de la empresa: .....	34
8.3-Análisis en torno al modelo de Business Model Canvas (BMC) .....	37
9.-Competencia .....	41
10.-Experiencia y trabajo de campo .....	44
11.-Producto mínimo viable (Minimum viable product:MVP ) .....	51
12.-Evaluación .....	53
12.1.-Equipo de Hungry Meals .....	54
12.2.-Análisis Real-Ganador-Valioso (Is it Real?, Can we Win?, Is it Worth it? R-W-W) .....	56
12.2.1.-Is it Real? (¿Es real?) .....	56
12.2.2.-Can we win? (¿Podemos ganar?) .....	59
12.2.3.-Is it Worth doing?(¿Vale la pena?) .....	61

12.3.-Modelo de negocio .....	62
12.4.-Análisis económico y proyección en el tiempo.....	64
12.5.-Experiencias Análogas.....	67
12.6.-Aspectos legales.....	69
12.7-Posibles extensiones del modelo.....	76
12.8-Análisis FODA .....	78
12.8.1.-Fortalezas.....	78
12.8.2.-Oportunidades .....	80
12.8.3.-Debilidades.....	80
12.8.4.-Amenazas .....	81
13.-Conclusiones .....	84
14.-Bibliografía .....	87
15.-Anexos.....	91