

Tabla de contenido

1	Introducción	1
1.1	Antecedentes generales	1
1.2	Proyecto AKORI.....	2
1.3	Presentación posterior.....	5
2	Especificaciones del trabajo.	6
2.1	Planteamiento de la oportunidad.....	6
2.2	Objetivos	7
2.2.1	Objetivo general	7
2.2.2	Objetivos Específicos	7
2.3	Alcances	8
2.4	Resultados esperados	8
3	Marco conceptual	10
3.1	Conceptos relacionados al desarrollo del trabajo:	10
3.1.1	Early adopter.....	10
3.1.2	Lean Canvas	10
3.1.3	Pasos Running Lean	11
3.1.4	Mix 7 P's de marketing.....	12
3.2	Conceptos asociados al proyecto AKORI	13
3.2.1	Web	13
3.2.2	Páginas web.....	13
3.2.3	Saliencia visual.....	14
3.2.4	Mapa de calor.....	14
3.2.5	Redes neuronales convolucionales	14
3.2.6	UX – User Experience	15
4	Metodología.....	16
5	Descripción del mercado.	19
5.1	Estudio de la competencia.....	19
5.1.1	Servicios para aumentar tasas de conversión.	19
5.1.2	Servicios de predicción visual de las personas.	21
5.1.3	Ventajas sobre la competencia	21
5.2	Clientes	22
5.2.1	Posibles segmentos de clientes interesados	22
5.2.2	Selección del segmento meta.....	23

6	Aplicación metodología “Running Lean” para negocio asociado a AKORI	24
6.1	Plan A.....	24
6.2	Primer contacto con clientes.	25
6.2.1	Generación base de datos contacto:	25
6.2.2	Diseño de “cold mail”	26
6.3	Entrevistas problemas	27
6.3.1	Objetivos	27
6.3.2	Diseño entrevistas problemas.....	28
6.3.3	Resultados entrevistas problemas	29
6.3.4	Aprendizajes orientados a la solución	32
6.3.5	Conclusiones entrevistas problema	33
6.4	Entrevistas solución.....	33
6.4.1	Objetivos	33
6.4.2	Diseño entrevista solución.....	33
6.4.3	Resultados entrevistas solución.	38
6.4.4	Conclusiones entrevistas solución.....	41
7	Propuesta final del modelo de negocios.....	42
7.1	Clientes	42
7.2	Problema.....	42
7.3	Propuesta única de valor	43
7.4	Solución	44
7.5	Canales.....	45
7.6	Estructura de costos	46
7.7	Fuentes de ingresos	46
7.8	Métricas	46
7.9	Ventaja injusta	48
7.10	Lean canvas final	49
8	Plan de marketing.....	50
8.1	Promoción.....	50
8.2	Personas	51
8.3	Procesos	51
8.4	Evidencia física	52
9	Evaluación económica	53
9.1	Inversión	53

9.2	Estimación de la demanda	54
9.2.1	Mercado potencial.....	55
9.2.2	Cuota de mercado	56
9.3	Flujos de caja libre	57
9.3.1	Tasa de descuento	57
9.3.2	Ingresos.....	59
9.3.3	Egresos	59
9.4	Resultados.....	62
9.4.1	Valor presente neto.....	62
9.4.2	Tasa interna de retorno	63
9.4.3	Margen de contribución.....	63
9.4.4	Umbral de rentabilidad.....	63
10	Conclusiones.....	64
10.1	Conclusiones	64
10.2	Recomendaciones y pasos a seguir.....	65
	Bibliografía	67
	Anexos	70
	Anexos A: Entrevistas tipo problema	70
	Anexos B: Entrevistas tipo solución	79
	Anexos C: Plan financiero.....	85