

Tabla de contenido

1. PLANTEAMIENTO DEL TRABAJO DE TÍTULO	1
1.1 Motivación	1
1.2 Estado del arte	2
1.3 Objetivos	9
1.3.1 Objetivo general	9
1.3.2 Objetivos específicos.....	9
1.4 Alcances.....	10
1.5 Marco conceptual.....	11
1.5.1 Lean Canvas	11
1.5.2 Running Lean	12
1.5.2.1 Entrevistas Running Lean	15
1.5.3 Marketing mix	19
1.5.4 T-test	21
1.5.5 Tamaño de mercado.....	21
1.5.6 Factibilidad económica	22
1.5.6.1 Van Westendorp PSM.....	23
1.5.6.2 Fujo de caja.....	25
1.5.6.3 Valor actual neto (VAN).....	26
1.5.6.4 Tasa interna de retorno (TIR).....	27
1.6 Metodología	27
2. DESARROLLO DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	30
2.1 Modelo Lean Canvas inicial	30
2.2 Priorización de segmento a investigar en base al riesgo	34
2.3 Entrevistas a nutricionistas.....	35
2.4 Entrevistas a deportistas	38
2.5 Benchmark internacional.....	40
2.6 Entrevista Becricketts.....	58
2.7 Actualización de Lean Canvas V1.0.....	63
2.8 Encuesta definición del producto	64
2.9 Entrevista a chef Lucía Tapia.....	81
2.10 Estimación de precio y experimento MVP.....	82
2.11 Modelo Canvas final	93

2.11.1	Segmento de clientes	93
2.11.2	Problema	94
2.11.3	Propuesta de valor única	94
2.11.4	Solución.....	94
2.11.5	Flujos de ingreso	94
2.11.6	Estructura de costos.....	94
2.11.7	Canales	94
2.11.8	Ventaja especial	95
2.11.9	Métricas.....	95
2.12	Plan de marketing	95
2.12.1	Imagen corporativa.....	95
2.12.1.1	Nombre.....	95
2.12.1.2	Logo	96
2.12.1.3	Misión	96
2.12.1.4	Visión.....	96
2.12.2	Objetivos de marketing.....	96
2.12.3	Targeting	96
2.12.4	Posicionamiento	97
2.12.5	Marketing mix	97
2.12.5.1	Producto	97
2.12.5.2	Precio	98
2.12.5.3	Promoción	98
2.12.5.4	Plaza	99
2.13	Plan operacional	99
2.13.1	Objetivo operacional.....	99
2.13.2	Producción	99
2.13.2.1	Equipamiento necesario	99
2.13.2.2	Procesos	103
2.13.3	Personal de trabajo.....	106
2.14	Plan comercial	107
2.14.1	Expansión internacional.....	109
2.15	Legalidades.....	109
2.16	Riesgos de la solución y posibles soluciones	110
2.16.1	Demanda y precio	110
2.16.2	Legalidades	111

3.	FACTIBILIDAD ECONÓMICA	112
3.1	Tamaño de mercado	112
3.1.1	TAM.....	113
3.1.2	SAM	113
3.1.3	SOM.....	114
3.2	Estimación de demanda.....	115
3.3	Inversión inicial.....	117
3.3.1	Mínima cantidad de barras a fabricar.....	117
3.3.2	Página web.....	118
3.3.3	Utensilios cocina.....	118
3.4	Costos	119
3.4.1	Costos fijos.....	119
3.4.1.1	Sueldos personal de trabajo.....	119
3.4.1.2	Cuentas básicas.....	120
3.4.1.3	Patente comercial	121
3.4.1.4	Arriendos.....	121
3.4.1.5	Marketing	121
3.4.2	Costos variables	122
3.4.2.1	Film	122
3.4.2.2	Display	123
3.4.2.3	Fabricación barra	123
3.4.2.4	Harina de grillo	124
3.4.2.5	Ingredientes	125
3.4.2.6	Delivery	125
3.4.2.7	Abastecimiento.....	126
3.5	Flujos de caja	127
3.5.1	Flujo de caja inicial año 1.....	127
3.5.2	Fuentes de financiamiento.....	128
3.5.3	Flujo de caja final año 1	128
3.5.4	Flujo de caja a 5 años.....	129
3.6	Evaluación de factibilidad económica.....	131
3.7	Análisis de sensibilidad	131
4.	CONCLUSIONES	133
4.1	Conclusiones objetivos.....	133
4.2	Conclusiones evaluación económica	135

5. BIBLIOGRAFÍA.....	136
6. ANEXOS.....	138