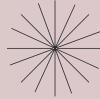


Propuesta de valor



Empresa:	Kochi S.A.S
Integrantes:	Belén Herrera, David Dávila, Laura Martínez, Sofía De los ríos
Sitio web:	https://davilapai.github.io/Kochi/canvas.html



Índice de Contenidos

Perfil del consumidor	Nuestro segmento de clientes Sus problemas, tareas y alegrías
Mapa de valor	Productos y servicios Aliviadores de Frustraciones Creadores de Alegría
Nuestro encaje	Unique Selling Proposition Problema-Solución Viabilidad: Posibles riesgos y mitigación

Perfil del consumidor

Nuestro segmento de clientes es:

Parejas jóvenes y adultas emergentes entre 23 y 38 años en Colombia, profesionales urbanos con vida laboral activa, nivel educativo medio-alto y afinidad por la tecnología, que enfrentan dificultades para equilibrar su vida emocional y profesional. Buscan mantener viva la conexión afectiva, mejorar su comunicación y fortalecer la relación mediante experiencias significativas, personalizadas y prácticas que puedan integrar fácilmente en su rutina. Valoran la autenticidad, la innovación y el bienestar emocional por encima del consumo material, y prefieren soluciones híbridas (digitales y presenciales) que promuevan el crecimiento mutuo sin recurrir a procesos terapéuticos tradicionales.

Sus tareas, problemas y alegrías



Tareas

Jobs to be done

- Mantener una relación estable. (Emocionales)
- Encontrar tiempo, actividades e ideas para mejorar la comunicación. (Funcionales)
- Sentirse reconocidos por su pareja. (Sociales)

Frustraciones

Riesgos u obstáculos

- Falta de tiempo y creatividad para planear.
- Rutina y desconexión emocional en la relación.
- Dificultad para expresar emociones.
- Dificultad para acceder a recursos prácticos.

Alegrías

Resultados deseados

- Reconexión emocional y conexión profunda.
- Acceso inmediato y seguro a recursos.
- Sensación de apoyo constante y pertenencia.
- Experiencias nuevas, valiosas y románticas.

Mapa de valor



Productos y servicios

- App móvil interactiva: Retos, ejercicios, seguimiento del progreso, recordatorios y contenido personalizado.
- Talleres de reconexión: Formato presencial, temáticos y experienciales, organizados de forma integral.
- Kits físicos de experiencias románticas o de crecimiento emocional.
- Suscripción mensual que combina experiencias digitales y presenciales.

Aliviadores de frustraciones

- Automatización en la planificación de experiencias.
- Agenda digital flexible y adaptable con recordatorios.
- Privacidad, confidencialidad y facilidad de uso sin estigmas.
- Actividades personalizadas y kits sorpresa.
- Recordatorios y seguimiento del progreso emocional.
- Acompañamiento digital para ayudar en conflictos comunes.



Creadores de alegrías

- Actividades guiadas y gamificadas para fortalecer la comunicación entre pareja.
- Experiencias románticas personalizadas (kits, retos, viajes).
- Comunidad digital que fomente el apoyo y la inspiración mutua.
- Actividades gamificadas y recompensas dentro de la app.
- Testimonios reales y espacio para compartir logros/amores.

Encaje

Unique Selling Proposition

¿Por qué Kochi es *Diferente*?

Necesidades

- Uso del símbolo emocional de la nutria para humanizar y hacer cercana la experiencia.
- Recursos enfocados en la realidad digital y social de la juventud actual.
- Espacio seguro y apoyo positivo, sin estigma.

Debilidades

- Barreras de adopción en segmentos más tradicionales.
- Recursos limitados vs. grandes apps globales (como marketing masivo o tecnología avanzada).
- Dependencia inicial de la interacción digital

Oportunidades

- Creciente interés en bienestar emocional, autocuidado y relaciones sanas en mercados jóvenes.
- Eventos presenciales y experiencias físicas (talleres, productos personalizados, merchandise).
- Riesgo reputacional bajo: tiene branding cuidadoso, positivo e inclusivo.

Amenazas

- Cambios en algoritmos de redes sociales que dificultan el alcance orgánico.
- Saturación del mercado de aplicaciones de bienestar o lifestyle.
- Resistencias culturales en torno al acompañamiento emocional y la vulnerabilidad en la pareja.

Industria

Kochi se posiciona como una solución integral, innovadora y local para el bienestar de las parejas jóvenes. Combina lo mejor de la tecnología, el contenido experiencial y emocional, y una imagen cercana para conectar con las necesidades reales de su público objetivo. En un mercado creciente y con baja saturación en Latam, Kochi puede convertirse en referente de reconexión, creatividad y comunidad.

Problema-Solución

Frustración	Aliviador	Felicidad esperada	Creador
Falta de tiempo y planificación	Algoritmo que organiza actividades de 10–30 minutos adaptadas al tiempo libre.	Conexión emocional profunda	Ejercicios guiados y personalizados según estilo de pareja.
Comunicación inefectiva	Retos guiados con pasos claros y lenguaje sencillo para mejorar diálogo.	Innovación y diversión	Retos gamificados, experiencias sorpresa, contenido interactivo.
Falta de ideas o aburrimiento	Actividades personalizadas y kits sorpresa.	Reconocimiento social	Herramientas para compartir logros en redes (de forma discreta).
Inseguridad o falta de guía profesional	Asesoría digital breve (psicólogos certificados) sin costo elevado.	Aprendizaje emocional accesible	Microcursos con expertos y lenguaje moderno.
Distancia física	Retos en línea sincronizados y chat compartido de experiencias.	Recuerdos memorables	Kit físico entregado a domicilio o experiencias fotográficas.
Terapias costosas o estigmatizadas	Acceso anónimo y asequible a acompañamiento emocional digital.	Sensación de acompañamiento	Comunidad digital segura con parejas reales y mentores.
Falta de progreso visible	Reporte emocional gamificado con avances semanales.	Facilidad logística	Todo integrado en una app que planifica, mide y guía.

Viabilidad: riesgos y mitigaciones

Análisis de viabilidad en Colombia

Aspecto	Realidad	Oportunidad
Mercado	Parejas jóvenes son 36% de la población urbana (DANE, 2024).	Amplia adopción digital y gasto creciente en bienestar emocional.
Tecnología	72% de hogares con smartphone e internet estable.	Alta factibilidad para app y plataformas híbridas.
Competencia	Poca oferta combinada (app emocional + experiencias locales).	Espacio de océano azul.
Barreras	Estigma hacia “terapia de pareja”.	Rebranding: enfoque divertido y proactivo, no clínico.
Monetización	Suscripción mensual (\$29.000–\$59.000).	Escalabilidad con bajo costo marginal.

Posibles riesgos y mitigación

Riesgo	Mitigación
Falta de adherencia al uso de la app	Notificaciones motivacionales y recompensas gamificadas.
Baja confianza en servicios emocionales digitales	Certificación visible de psicólogos y política de privacidad transparente.
Competencia futura	Diferenciación por personalización local y enfoque híbrido físico-digital.
Dificultad para medir impacto emocional	Encuestas de bienestar y NPS mensual.
Costo de desarrollo inicial	Fase MVP con prototipo en Figma y validación antes de escalar.

Estratégia de marketing



Overview

Campaign description:

"Kochi: Conexión que Crece" es una campaña multiplataforma que busca inspirar y activar a parejas jóvenes de Bogotá y Latinoamérica para mejorar su relación, comunicación y bienestar emocional. La campaña utiliza contenido creativo en redes, talleres presenciales y virtuales, desafíos interactivos y la mascota Kochi, para motivar a los jóvenes a descubrir formas prácticas y divertidas de crecer juntos.

Audiencia objetivo:

- Parejas jóvenes (16-30 años), Generación Z y Millennials, estudiantes y urbanos
- Interesados en fortalecer su relación y su bienestar, sin etiquetas tradicionales
- Buscan alternativas modernas, flexibles y sin estigmas a la terapia o autoayuda
- Valoran la creatividad, el contenido digital y el sentido de comunidad auténtica

Mensajes clave:

- "Crecan juntos, no por separado."
- "Las acciones pequeñas cada día construyen el amor verdadero."
- "Las relaciones pueden ser fáciles: Kochi te ayuda a reconectar."
- "La comunicación es la clave. Con Kochi, es simple y divertida."
- "Rompe la rutina y fortalece tu conexión. Únete a nuestra comunidad."



Social media plan

Fecha	Plataforma	Tipo	Contenido
octubre 2 a 12	instagram	reel – carrusel	Dar a conocer la marca y trends
octubre 16 – 28	instagram tiktok	reel – carrusel son reposts de instagram	construir identidad de marca con carruseles en tendencia
octubre 29 – noviembre 11	instagram tiktok	reel – carrusel son reposts de instagram	empezar a dar consejos y promocionar nuestro primer evento

Proximas publicaciones

Día	Plataforma	Tipo	Pilar	Contenido
Monday	Instagram	Reel	Consejos de Relación	5 formas de mejorar la comunicación en pareja ❤️ #kochitips
Tuesday	TikTok	Video	Ideas de Citas Bogotá	Picnic romántico en el Parque Simón Bolívar 🎤
Wednesday	Instagram	Post	Contenido Kochi	Las aventuras de Kochi en Bogotá 🌟🏛️ #kochiteam
Thursday	Instagram	Reel	Contenido de Usuarios	UGC: Las mejores fotos con #kochitips
Friday	TikTok	Video	Promoción App	Nuevas funciones llegando a Kochi App 💡 #kochitips
Saturday	Instagram	Story	Consejos de Relación	Cómo expresar amor en diferentes lenguajes 🇺🇸 #kochitips
Sunday	Instagram	Reel	Ideas de Citas Bogotá	Date económico pero romántico para estudiantes 💰
Monday	TikTok	Video	Contenido Kochi	Kochi challenge: comparte tu mejor consejo de amor ❤️
Tuesday	Instagram	Post	Contenido de	Testimonios

			Usuarios	reales de usuarios de Kochi App 🎬
Wednesday	Instagram	Reel	Promoción App	Behind the scenes: Así creamos Kochi 🎬
Thursday	TikTok	Video	Consejos de Relación	Señales de una relación saludable que debes conocer 🌱
Friday	Instagram	Story	Ideas de Citas Bogotá	Cita nocturna en Andrés Carne de Res 🍷 #kochitips
Saturday	Instagram	Reel	Contenido Kochi	¿Qué haría Kochi? Consejos para situaciones difíciles
Sunday	TikTok	Video	Contenido de Usuarios	Challenge: Muéstranos tu cita perfecta con #kochicouples



Referencias

- 🌐 Estructuras de 4 videos virales de storytelling
- 🌐 Alex | Business & Content Coach (@tapoutside) • Instagram profile



Notes

- Use this space for other reminders relevant to your team.