Análisis del Caso: E-commerce Inclusivo con Asistente Virtual

# 1. Identificación del Caso

El proyecto busca desarrollar una plataforma de comercio electrónico inclusiva, que permita a personas con discapacidad visual o dificultades motrices navegar y comprar productos usando comandos de voz y narración automática. Además, contará con un asistente virtual para resolver dudas, recomendar productos y guiar el proceso de compra.

# 2. Alcances del Proyecto

* Tienda en línea inclusiva: Venta de productos físicos (ropa, electrónica, artículos de hogar u otro catálogo definido).
* Asistente virtual accesible: Soporte en tiempo real con integración de voz a texto (STT) y texto a voz (TTS).
* Personalización de accesibilidad: Ajuste de idioma, velocidad de voz, modo alto contraste y tamaño de texto.
* Panel administrativo: Gestión de usuarios, productos, pedidos, promociones y reportes.
* Integración de pagos: Pasarelas seguras (PayPal).
* Infraestructura escalable: Preparada para ampliación a app móvil y mayor tráfico.

# 3. Análisis de Costos

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Área de Inversión | Descripción | Costo Estimado CLP (5 meses) |
| Desarrollo de Software | Frontend, Backend, integración TTS/STT, accesibilidad. | $6,000,000 |
| Recursos Humanos | 3 roles: Fullstack, UX/UI, QA, Especialista IA. $500,000 c/u. | $10,000,000 |
| Infraestructura en la nube | Hosting, BD, API, CDN. | $2,000,000 |
| Marketing Digital | Redes sociales, SEO, campañas inclusivas. | $2,500,000 |
| Capacitación en accesibilidad | Formación en diseño inclusivo y WCAG 2.1. | $500,000 |
| Total Inversión Inicial |  | $21,000,000 |

# 4. Retorno de Inversión (ROI)

Modelo de ingresos:  
POR DETERMINAR PREGUNTAR PROFE

# 5. Fortalezas y Oportunidades

* Fortalezas:
* Primer enfoque de e-commerce inclusivo en el mercado local, amplia red.
* Uso de IA y tecnologías open-source para reducir costos.
* Diseño preparado para escalabilidad.
* Oportunidades:
* Crecimiento del comercio online y concientización en accesibilidad.
* Posicionamiento como marca socialmente responsable.
* Posibilidad de expansión a LATAM.

# 6. Riesgos y Estrategias

|  |  |
| --- | --- |
| Riesgo | Estrategia de Mitigación |
| Baja adopción inicial | Promociones y marketing inclusivo en comunidades. |
| Complejidad tecnológica del TTS/STT | Usar APIs robustas (AWS, Google Cloud, Gemini). |
| Competencia fuerte | Diferenciarse con accesibilidad y experiencia única. |
| Dependencia del marketing digital | Creación de contenido. |

# 7. Conclusión

El proyecto de e-commerce inclusivo con asistente virtual presenta un alto potencial de retorno financiero y social. La inversión inicial es razonable frente a ingresos estimados y el impacto en usuarios con discapacidad lo convierte en una propuesta innovadora y diferenciadora. Se recomienda implementación en fases: 1) Lanzamiento web accesible, 2) Integración de voz y asistente, 3) Expansión móvil.