



GRUPO #1

“PANDORABOX”

¿CÓMO SE PODRÍA MEJORAR LA ESTRATEGIA DE VENTA DE UN NUTRACÉUTICO PARA PODER TRANSFERIR EL CONOCIMIENTO Y LLEGAR A UN ESCALADO?

Integrantes:

- THOMAS BURGOS - ANDREA FARIÑO
- MAYRA AREVALO - LAYLIN JO YEN KIAM
- MELANNIE CAJAPE - KIMBERLY CARBO

Table of contents

01

Introducción

Presentación del equipo y de la problemática

02

Definir

Redefinición del problema

03

Idear

Ideación de ideas por medio de varias herramientas

04

Prototipado

Ideas llevadas a lo tangible

05

Validación

Proceso de iteración

06

Conclusiones y aprendizajes

Reflexión de las herramientas aplicadas



01

INTRODUCCIÓN

Presentación del equipo y de
la problemática

Introducción



Point Of View's

El vendedor externo necesita mejorar la promoción de su producto para que así llegue a más personas porque se creía que el problema de no tener mucho reconocimiento se debe a la falta de alcance en las redes sociales, pero realmente es que las personas no están muy interesadas e informadas sobre los nutracéuticos.

El socio de venta necesita negociar con líderes de emprendimientos que tengan un enfoque en la vida saludable y ansias por intercambiar conocimientos porque el mayor problema al llevar a cabo un proyecto comercial es realmente que no se cuenta con una institución confiable y con conocimiento en el área en lugar de la ausencia del capital necesario.



02

FASE DEFINIR

Redefinición del problema



Principios de Diseño

PRINCIPIO DE DISEÑO

ARGUMENTO

1	Aumentar el porcentaje de personas informadas correctamente acerca de los nutraceuticos y los beneficios que estos proporcionan a nuestra salud	Ya que hay personas que desconocen acerca de este término y sus propiedades o que tienen información errada y estereotipada. Por ende la finalidad es que tengan un pleno y verídico conocimiento acerca de los nutraceuticos
2	Anunciar el producto a organizaciones industriales	El objetivo de nuestro proyecto es buscar llamar la atención de alguna compañía industrial por ende la manera de promocionar el producto debe ir orientada a algún ente que se le parezca.
3	Comentar de manera explícita los requerimientos por parte del emprendedor y/o permitir un consenso.	Parte del problema comentado por el Sponsor es que ya estaban por concretar la negociación cuando mencionan (los directivos de la organización) que no desean retribuirlos por las ventas realizadas, entonces decidieron desertar. Por ende la solución debe manifestar en primera instancia los requerimientos del emprendedor
4	Permitir que el producto nutraceutico se anuncie en el mercado como de alta calidad.	Muchas de las incertidumbres por parte de los consumidores al momento de seleccionar un producto es que no lo perciben con calidad óptima, por ende para garantizar ventas se le debe asegurar al cliente que el producto es apto para satisfacer sus expectativas.
5	Asegurar la investigación continua (tanto en el producto como en el campo nutraceutico) por parte del CIBE.	La ESPOL al no poder comercializar por su cuenta, se ven en la necesidad de encontrar una empresa que les asegure el financiamiento de las investigaciones con del dinero adquirido al momento de que el producto ALLIYAY salga al mercado.

Unidades de Medida

UNIDAD DE MEDIDA	ARGUMENTO
Porcentaje de personas informadas correctamente acerca de los nutraceuticos y los beneficios que estos proporcionan a nuestra salud.	Ya que uno de los objetivos de nuestro proyecto es que el producto llegue a un buen escalado, es importante que los consumidores potenciales estén debidamente informados.
Aumento en la cantidad de compradores en el mercado nutraceutico.	Al notar un crecimiento respecto a cantidad de consumidores se puede demostrar la efectividad de la solución planteada por nuestro equipo.





03

FASE IDEAR

Ideación y valoración de ideas

En esta fase siempre se trabajó con los siguientes POV's

El vendedor externo necesita mejorar la promoción de su producto para que así llegue a más personas porque se creía que el problema de no tener mucho reconocimiento se debe a la falta de alcance en las redes sociales pero realmente es que las personas no están muy interesada e informadas sobre los nutracéuticos.

El socio de venta necesita negociar con líderes de emprendimientos que tengan un enfoque en la vida saludable y ansias por intercambiar conocimientos porque el mayor problema al llevar a cabo un proyecto comercial es realmente que no se cuenta con una institución confiable y con conocimiento en el área en lugar de la ausencia del capital necesario.



How might we?



El **vendedor externo** necesita mejorar la promoción de su producto para que así llegue a más personas porque se creía que el problema de no tener mucho reconocimiento se debe a la falta de alcance en las redes sociales pero realmente es que las personas no están muy interesadas e informadas sobre los nutracéuticos.



El **socio de venta** necesita negociar con líderes de emprendimientos que tengan un enfoque en la vida saludable y ansias por intercambiar conocimientos porque el mayor problema al llevar a cabo un proyecto comercial es realmente que no se cuenta con una institución confiable y con conocimiento en el área en lugar de la ausencia del capital necesario.

Amplificar algo bueno en el insight insight

¿Cómo podríamos mejorar la promoción del producto?

Remover algo malo (no deseable) que se ha detectado en el insight

¿Cómo podríamos atraer a las personas para que quieran conocer más sobre los nutracéuticos?

Hacer un giro en la perspectiva del insight

¿Cómo podríamos hacer que las personas se interesen e informen acerca de los nutracéuticos?

Cuestionar una suposición

¿Cómo podríamos generar confianza acerca de los resultados positivos de los nutracéuticos en nuestra salud?

Amplificar lo bueno en el insight

¿Cómo podríamos comercializar con líderes de compañías industriales?

Remover algo malo/ no deseable que se ha detectado en el insight

¿Cómo podríamos aliarnos a un socio de venta que tenga un enfoque en la vida saludable y ansias por intercambiar conocimientos?

Hacer un giro en la perspectiva del insight

¿Cómo podríamos establecer contacto con institución confiable que tenga conocimiento en el área de los nutracéuticos?

Cuestionar una suposición

¿Cómo podríamos posicionarnos como una entidad competitiva en el mercado de los nutracéuticos?

Brainstorming

Técnicas de ideación

HMW's del socio de venta

#1: ¿Cómo podríamos comercializar con líderes de compañías industriales?

 <p>Las alianzas disminuyen los costos, se podría empezar con un aliado que también sea nuevo</p>	 <p>Relacionarse con varias empresas ayudándolos en sus investigaciones</p>	 <p>Enfocarnos en empezar atrayendo compañías pequeñas</p>	 <p>La tendencia a un estilo de vida saludable podría ser inexistente. Por ende los comerciales deben ser atractivos e instructivos</p>	 <p>Poner puestos con el logo de la marca y el producto en distintos eventos</p>	 <p>Se coloca las ideas de los sombreros en forma de cuerpo de ciempiés para encontrar conexiones pertinentes y saber cuál sería una solución</p>
---	--	---	--	---	--

#3: ¿Cómo podríamos establecer contacto con una institución confiable que tenga conocimiento en el área de los nutraceutica?

 <p>Observar las acciones de los últimos años de las empresas que se encuentran en este campo laboral.</p>	 <p>Si se logra encontrar una empresa adecuada entonces las investigaciones se mantendrían.</p>	 <p>Solicitar información en farmacias ofreciéndoles muestras del producto.</p>	 <p>Los socios están buscando un nuevo enfoque comercial.</p>	 <p>Hacer un corto animado con una presentación del producto.</p>	 <p>Buscar todos los beneficios de la marca y remarcarlos.</p>
--	--	--	--	--	---

#2: ¿Cómo podríamos aliarnos a un socio de venta que tenga un enfoque en la vida saludable y ansias por intercambiar conocimientos?

 <p>Buscar en internet empresas que tienen visiones similares a la Dra. Manzano.</p>	 <p>Pegar volantes.</p>	 <p>Comentárselo a conocidos que tengan negocios.</p>	 <p>Hacer un correo masivo.</p>	 <p>Comentar éxitos anteriores en proyectos similares.</p>
--	--	--	--	---

#4: ¿Cómo podríamos posicionarnos como una entidad competitiva en el mercado de los nutraceuticos?

 <p>Mediante los combos creados pensando en las necesidades del cliente, se genera aceptación e interés</p>	 <p>Mostrando con bases científicas la eficacia de los productos</p>	 <p>Gracias a la calidad y publicidad, tiene una gran aceptación en el mercado</p>	 <p>Otra empresa conseguirá mejorar los imperfectos del producto</p>	 <p>Agregar un sabor exquisito a los productos menos comprados</p>	 <p>Buscar todos los beneficios de la marca y remarcarlos</p>
---	---	---	---	---	--

Brainstorming

#1: ¿Cómo podríamos mejorar la promoción del producto?



Proponer campañas para que el producto sea conocido y de agrado al público.



Presentar el producto es varias formas para el gusto del cliente, ya que algunos prefieren las bebidas y otros en forma de polvo o pastillas



Dar a conocer el producto con otra clasificación ya que el término nutracéutico es muy poco usual de escuchar



Usar otras frutas como base para crear este producto.



Mediante shows o dramatizaciones en donde expongan los beneficios e incentiven a consumir nutracéuticos



Hacer una canción muy pegadiza sobre los nutracéuticos y hacerla propaganda para que la escuchen a nivel nacional



Comenzar ofreciendo el producto como oferta en conjunto con otro producto ya conocido que puede ofrecer mejores beneficios en conjunto con el nutracéutico.



Emplear cursos gratuitos limitados donde se capaciten e informen a las personas sobre los nutracéuticos



Poner una carpa en lugares muy concurridos para promover el uso de estos productos dando muestras gratis a quienes se acerquen a obtener información



Mediante la invitación a charlas o conferencias exponiendo testimonios sobre las personas que cambiaron su vida de manera positiva gracias a los nutracéuticos



Entregando folletos que hablen sobre los buenos y saludables hábitos obtenidos gracias al uso de nutracéuticos



Realizar ventas u ofrecer el producto en forma de ventas directas si es que el producto no logra llamar la atención del público usando los medios de publicidad ya dichos

#2: ¿Cómo podríamos atraer a las personas para que quieran conocer más sobre los nutracéuticos?



Realizar pruebas o encuestas acerca del sabor del producto y que le faltaría desde el punto de gusto del consumidor.



Usar medios de comunicación y redes sociales para generar publicidad del producto y lograr captar su atención.



Crear una mascota o algo que representa la marca del producto para llamar la atención de un público más joven como son los niños.



Tener mayor cantidad de material para generar el producto de otra forma en caso de que al consumidor no le agrade la presentación del producto.



Premiando con tarjetas de regalo a quien muestre gran interés y conocimiento de los nutracéuticos



Presentación es artísticas como pintar en vivo cuadros que muestren nutracéuticos, casi como mensajes ocultos



Asociación con Herbalife aumentando el mercado de compradores



Venta online con servicio exclusivo de call center.



Regalar productos a los influencers, así ellos lo promocionan en sus redes sociales.



Ofrecer entregas mensuales de producto a los clientes más fieles



Conociendo las experiencias de personas que probaron nutracéuticos quienes creían también en que estos no eran confiables.



Probar diferentes canales de distribución de información como catálogos o charlas en quioscos

#3: ¿Cómo podríamos hacer que las personas se interesen e informen acerca de los nutracéuticos?

#4: ¿Cómo podríamos generar confianza acerca de los resultados positivos de los nutracéuticos en nuestra salud?

Upside Down

POV del socio de venta

CARACTERÍSTICAS O SUPOSICIONES

Engancharse a una compañía.

El negociante debe tener conocimiento sobre los nutraceuticos.

Compañía con un enfoque en lo saludable.

Variedad en presentaciones, sabores y precios

Soporte con conocimientos en esta área.

Enfocado en mejorar la salud.

El socio de venta no tiene conocimiento sobre qué es un nutraceutico.

El afiliado y el dueño de la patente no han llegado a un acuerdo que beneficie a ambas partes.

El socio de venta tiene una filosofía completamente diferente a la propietaria de la patente.

OPUESTO / CONTRARIO A LOS ELEMENTOS

Usar venta directa.

Nulo conocimiento de los nutraceuticos.

Sin enfoque en lo saludable.

Uso de medios digitales.

Productos de fácil consumo.

Resultados comprobados anteriormente.

El socio de venta está instruido correctamente sobre los nutraceuticos.

Ambas partes deben llegar a un acuerdo que beneficie a todos.

Tiene que existir mismos intereses y compartir culturas y objetivos.

Ideas generadas a partir de la herramienta "upside down"

1. El socio de venta optará por usar venta directa
2. No es necesario que el negocio de venta posea conocimiento con respecto a los nutraceuticos.
3. La compañía a la que se enganchará no tendrá un enfoque en lo saludable.
4. Tener presencia en medios digitales.
5. Promover un cambio saludable.
6. Producto de fácil consumo.
7. El socio de venta tiene que estar instruido correctamente sobre los nutraceuticos.
8. Ambas partes deben llegar a un acuerdo que beneficie a todos.
9. Tienen que existir mismos intereses y compartir culturas y objetivos.

Upside Down

POV del vendedor externo

CARACTERÍSTICAS O SUPOSICIONES

Solo tienen vitaminas y pocos sabores..

Que es complicado de preparar.

Piensen que son artificiales..

Envase común.

Sabor a medicina.

Nombre comercial raro.

Añadir nuevos aspectos del producto.

Más de un uso para el producto.

Probadores en centros comerciales.

OPUESTO / CONTRARIO A LOS ELEMENTOS

Tienen muchas vitaminas y minerales con una extensa variedad de valores.

Es muy fácil y práctico de preparar..

Piensen que no son artificiales.

Envase raro y llamativo..

Sabor a chocolate o fresa.

Nombre llamativo y novedoso.

Mismo envase aburrido.

Conocido solo por ser un nutracéutico.

Probadores en centros comerciales.
Sin difusión.

Ideas generadas a partir de la herramienta "upside down":

1. Tener mucha variedad de sabores que contienen muchos minerales, vitaminas, entre otros.
2. La preparación de los nutracéuticos es sumamente sencilla.
3. Los nutracéuticos son hechos a base de productos naturales.
4. El nutracéutico debe tener un envase raro y llamativo.
5. El producto debe tener sabor a chocolate o fresa.
6. Debe tener un nombre llamativo.
7. Añadir nuevos aspectos en el producto.
8. Mas de un uso para el producto.
9. Probadores en centros comerciales.

1 LISTA DE CARACTERÍSTICAS DEL PROBLEMA/CONTEXTO/SITUACIÓN:

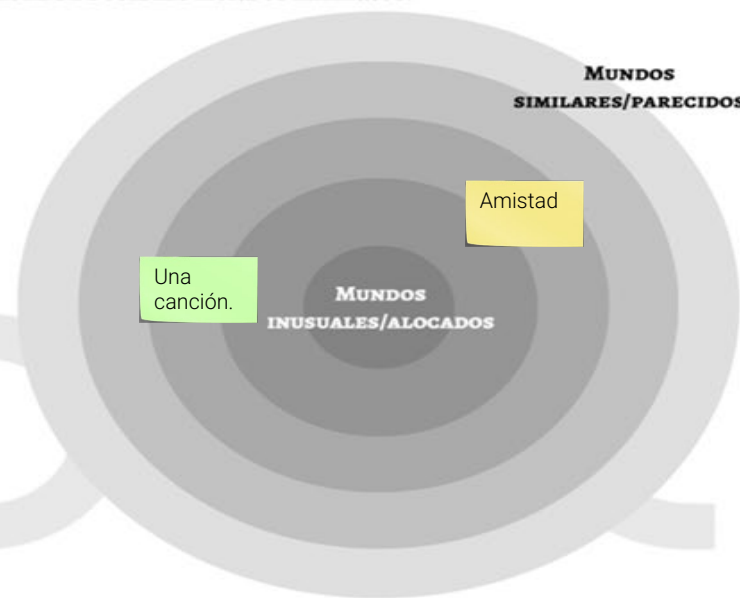
- Se necesita establecer contacto con una compañía comercial.
- El socio de venta debe tener conocimientos en el área de los nutracéuticos.
- Los acuerdos deben ser rentables.
- El socio de venta debe permitir intercambiar conocimientos.
- Se necesita un socio de venta que tenga las mismas visiones o parecidas a la dueña de la patente.
- Se aspira a encontrar una institución confiable.
- Se pretende que las investigaciones en el producto y campo bioquímico sigan después del lanzamiento del producto.
- Se ambiciona encontrar una entidad que sienta el deber de generar conocimiento.
- Se desea hallar una empresa con conocimiento en el rubro nutracéutico.

3 MUNDO ALTERNO ESCOGIDO: Canción / amistad

LISTA DE CARACTERÍSTICAS DEL MUNDO ALTERNO SELECCIONADO:

- | | |
|---|---|
| Canción: | Amistad: |
| - Tiene una presentación breve. | - Hay confianza. |
| - Su objetivo es transmitir algo. | - Se muestran honestas. |
| - Se puede hacer remix, es decir permitir renovaciones en lo que ya se ha creado. | - Ambas personas se escuchan atentamente. |
| - Es crucial el trabajo en equipo para que tenga éxito. | - Suelen tener gustos parecidos. |
| | - Se apoyan mutuamente. |
| | - Se sienten cómodos hablando de inquietudes y problemas. |

2 LISTA DE POSIBLES MUNDOS ALTERNOS:



4 GENERAR IDEAS:

SI 1 FUERA COMO 3, ENTONCES...

- Si establecer contacto con una compañía comercial fuera como una canción, entonces se podría transmitir nuestra necesidad de establecer negocio de forma breve y atractiva, permitiendo mejoras en el producto y una relación armoniosa donde haya beneficios para ambas partes.
- Si negociar con líderes de emprendimientos fuera como una amistad, entonces podríamos encontrar una institución confiable y con conocimiento con quien podamos ser honestos, tener objetivos similares, escuchar atentamente las ideas del otro y sentirnos cómodos en todos los aspectos posibles.

1 LISTA DE CARACTERÍSTICAS DEL PROBLEMA/CONTEXTO/SITUACIÓN:

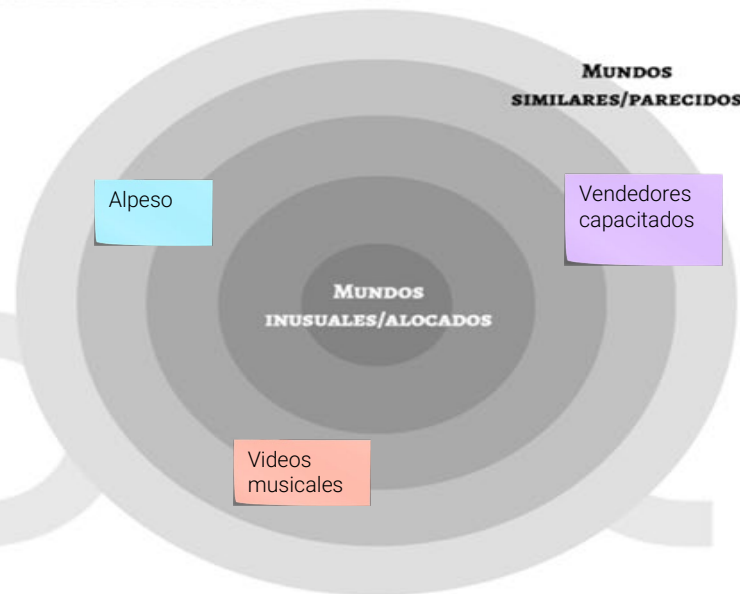
- Nombre de producto raro.
- Poco llamativo.
- No cuenta con un fanpage.
- Poca promoción u oferta del mismo.
- El producto no tiene mucho alcance en las redes sociales.
- Poco conocimiento del uso de los nutracéuticos.
- Mala promoción de los productos
- Desinterés sobre los nutracéuticos.
- Falta de capacitación de los vendedores
- Programación de información errónea de vendedora cliente
- Desinterés por el vendedor sobre el producto que comercializa

3 MUNDO ALTERNO ESCOGIDO: Alpeso / videos musicales / vendedores capacitados

LISTA DE CARACTERÍSTICAS DEL MUNDO ALTERNO SELECCIONADO:

- | | | |
|--|---|---|
| Alpeso | Videos musicales | Vendedores capacitados: |
| - Poseen un local propio sus productos. | - Subida en plataforma de YouTube lo que posibilita un mayor reconocimiento | - Vendedores capacitados inmediatamente forman parte de la empresa. |
| - Tienen diferentes clases de productos. | - Melodía y bailes pegadizos que las personas reconozcan por los nutracéuticos. | - Amplio conocimiento del producto y sus beneficios. |
| - Posee una página de Fb y también tienen referencias en Google. | - Gran producción llamativa | - Ejercicios de pruebas con clientes que preguntan acerca del nutracéutico. |

2 LISTA DE POSIBLES MUNDOS ALTERNOS:



4 GENERAR IDEAS:

SI **1** FUERA COMO **3**, ENTONCES...

- Si el vendedor externo promociona sus productos como al peso que podría dar a conocer mejor el producto por su gran variedad y sus redes sociales y así despertar interés en el consumidor.
- Si el vendedor externo promociona sus productos como los videos musicales entonces la promoción de los productos serían mucho más grandes y no habría que preocuparse por el alcance en las redes sociales ya que las personas reconocerían estos productos con mayor facilidad y le interesaría mucho por saber de ellos.
- Si el mercado fuera como un casino entonces nosotros hubiéramos ganado por apostar a mejor producto saludable.

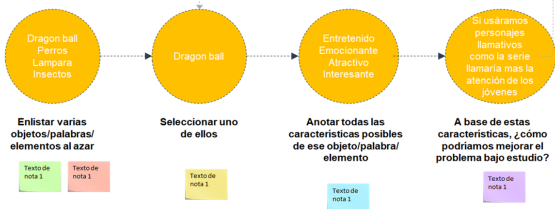
POV del vendedor externo

HMW: ¿Cómo podríamos generar confianza acerca de los resultados positivos de los nutraceuticos en nuestra salud?



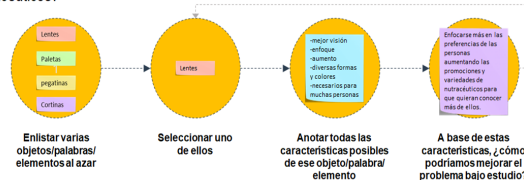
"Si generar confianza acerca de los resultados positivos del nutraceuticos en nuestra salud tuviera características de una red social, entonces los potenciales clientes tendrían una fuente verificada donde se comprueben esos resultados"

HMW: ¿Cómo podríamos dar conocer nuestro producto a los consumidores mas jóvenes?



"Si dar conocer nuestro producto a los consumidores mas jóvenes tuviera características de Dragon ball, entonces si usáramos personajes llamativos como la serie llamaría más la atención de los jóvenes"

HMW: ¿Cómo podríamos atraer a las personas para que quieran conocer más sobre los nutraceuticos?



"Si la manera de atraer a las personas para que quieran conocer más sobre los nutraceuticos tuviera características de lentes, entonces se podría enfocar más en las preferencias de las personas, aumentando las promociones y variedades de nutraceuticos para que quieran conocer más de ellos".

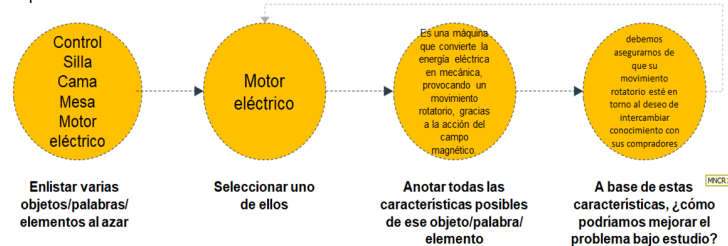
POV del socio de venta

HMW: ¿Cómo podríamos establecer contacto con institución confiable que tenga conocimiento en el área de los nutraceuticos?



"Si establecer contacto con institución confiable que tenga conocimiento en el área de los nutraceuticos tuviera características de comic, entonces se sabrá el compromiso y entendimiento de la institución al manifestar nuestra postura, relatar nuestra necesidad y empleando términos especializados de manera entretenida"

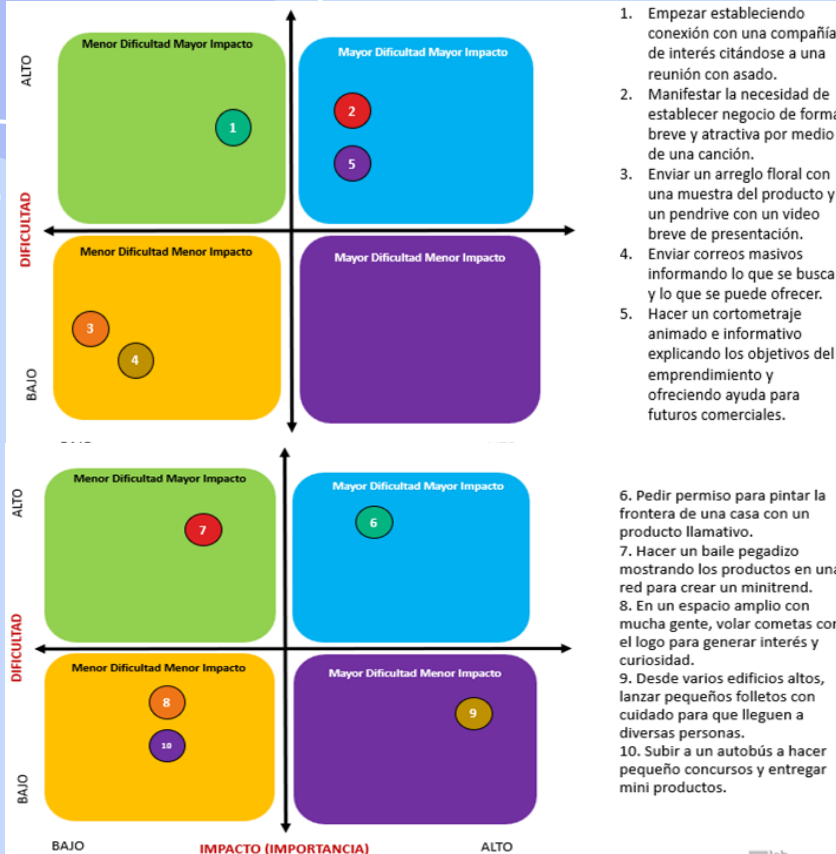
HMW: ¿Cómo podríamos aliamos a un socio de venta que tenga un enfoque en la vida saludable y ansias por intercambiar conocimientos?



"Si aliamos con un socio de venta tuviera características de un motor eléctrico, entonces debemos asegurarnos de que su movimiento rotatorio (aspiraciones) esté en torno al deseo de intercambiar conocimiento con sus compradores para ayudar a entender, promover e incentivar un estilo de vida saludable, así como también intercambiar información con otros socios para que de esta manera las relaciones en el mercado se incrementen y más instituciones busquen aliarse a nosotros".

Técnicas de valoración

Matriz impacto - dificultad



Matriz IPOS

Insights	Principios de Diseño	Oportunidades	Soluciones (ideas)	Medidas
Lo usual es asumir que el Sponsor no sacaba a la venta el producto porque no contaban con el suficiente capital, no obstante, el verdadero problema es la carencia de una empresa con la cual enlazarse.	Atraer a potenciales socios para el lanzamiento del producto.	Oportunidad para el asadero de proveer un buen servicio y de esta manera se recomiende a los allegados de las personas citadas.	Empezar estableciendo conexión con una compañía de interés citándose a una reunión con asado	Logrando enlazarse a una compañía que cumpla los estándares establecidos por el Sponsor
Se creía que el problema era de no tener mucho reconocimiento se debe a la falta de alcance en las redes sociales, pero realmente es que las personas no están muy interesadas e informadas sobre los productos.	Aumentar el porcentaje de personas informadas correctamente acerca de los nutracéuticos	Personas que les gusten las ilustraciones y se estén adentrando recién en el mundo de los nutracéuticos	Pedir permiso para pintar la frontera de una casa con un producto llamativo (la bebida nutracéutica).	Interés e información de los productos por parte de las personas cercanas al mural.
La mayoría de las personas no consumen nutracéuticos por la falta de información, disminuyendo el comercio del mismo provocando que no sean el producto ideal para algunos comerciantes.	Incrementar los potenciales compradores del emprendimiento	Oportunidad de informar los objetivos del emprendimiento y transmitir conocimiento	Hacer un cortometraje animado e informativo explicando los objetivos del emprendimiento y ofreciendo ayuda para futuros comerciales.	Los comerciantes potenciarán la bebida nutracéutica, atraerán más compradores y mucho más consumidores que se interesen en la bebida.

Analizamos las ventajas y desventajas de cada una de las ideas, además el grado de dificultad e impacto, nos dieron pautas para ordenarlas. Entre los puntos considerados para dicha clasificación, resaltamos la facilidad de realizarlas, tanto por tiempo, esfuerzo y economía. Y cuál sería el nivel de aceptación del público.

Ideas más potentes a ser llevadas a la etapa de prototipado



Prototipo 1

Empezar estableciendo conexión con una compañía de interés citándose a una reunión con asado



Prototipo 2

Pintar la frontera de una casa con un producto llamativo (la bebida nutracéutica)



Prototipo 3

Hacer un cortometraje animado e informativo explicando los objetivos del emprendimiento y ofreciendo ayuda para futuros comerciales



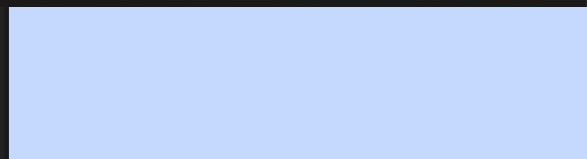
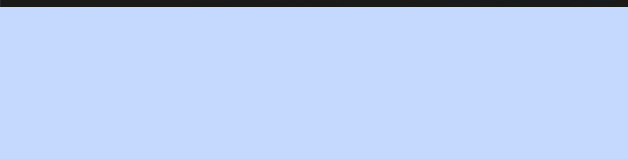
04

FASE PROTOTIPAR

Ideas llevadas a lo tangible

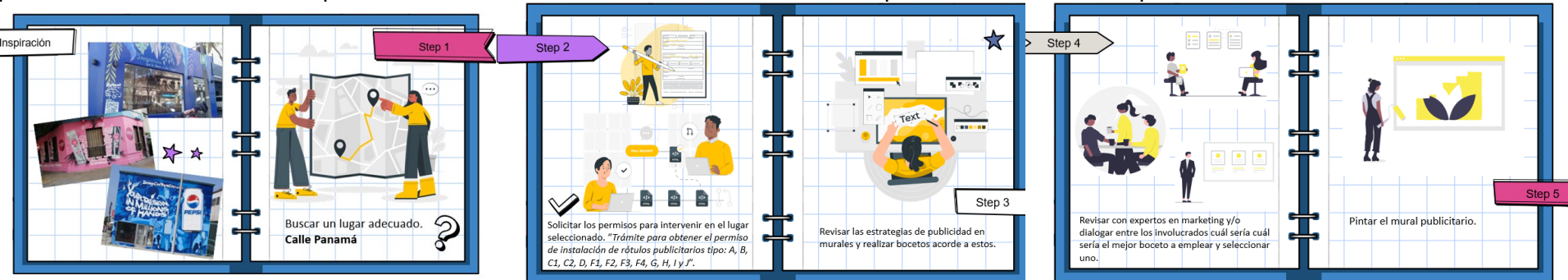
PROTOTIPO DE BAJA RESOLUCIÓN 1

Idea	Hipótesis (Una suposición importante que tenemos acerca de nuestra idea y que en la validación probaremos si es cierta o no)	¿Cuál herramienta de prototipo me ayuda a comprobar mi hipótesis?	¿Con quiénes se validará el prototipo para probar la hipótesis?
Empezar estableciendo conexión con una compañía de interés citándose a una reunión con asado.	Se podrá tener una charla más casual y sin mucha formalidad, para que de esta manera se logre una conexión más profunda con los posibles socios.	Juego de roles	Comerciantes a gran escala y el sponsor



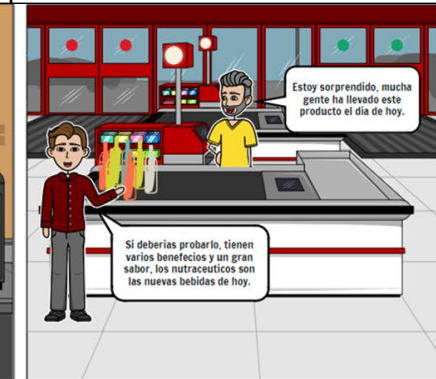
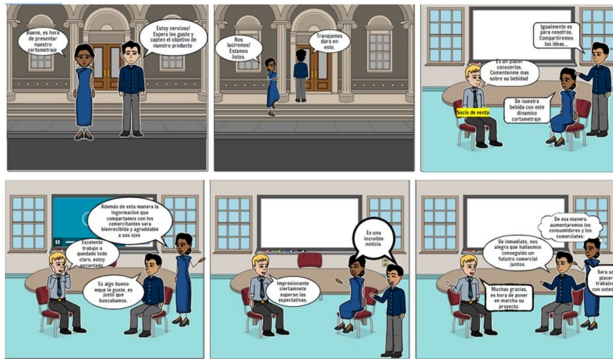
PROTOTIPO DE BAJA RESOLUCIÓN 2

Idea	Hipótesis (Una suposición importante que tenemos acerca de nuestra idea y que en la validación probaremos si es cierta o no)	¿Cuál herramienta de prototipo me ayuda a comprobar mi hipótesis?	¿Con quiénes se validará el prototipo para probar la hipótesis?
Pintar la frontera de una casa con un producto llamativo (la bebida nutracéutica).	La influencia de los nutracéuticos es mayor en las personas que viven cerca de las casas que fueron pintadas	Storyboard	Artistas (expertos en murales) y con los consumidores (si hay un aumento de interés por parte de estos).



PROTOTIPO DE BAJA RESOLUCIÓN 3

Idea	Hipótesis (Una suposición importante que tenemos acerca de nuestra idea y que en la validación probaremos si es cierta o no)	¿Cuál herramienta de prototipo me ayuda a comprobar mi hipótesis?	¿Con quiénes se validará el prototipo para probar la hipótesis?
Hacer un cortometraje animado e informativo explicando los objetivos del emprendimiento y ofreciendo ayuda para futuros comerciales.	Se conseguirá establecer una especie de reciprocidad con los socios de venta y explicar de manera dinámica nuestros objetivos.	Storyboard	Con diseñadores gráficos, socios de venta, con ciertos consumidores para anunciar el producto y expertos en marketing.



¿Con cuántos usuarios y con quienes validaron?

Con 14 usuarios

CIBE/Sponsor: Dra. Patricia Manzano.

Consumidor a fin: Juan Velesaca, Dustin García, Melannie Burgos

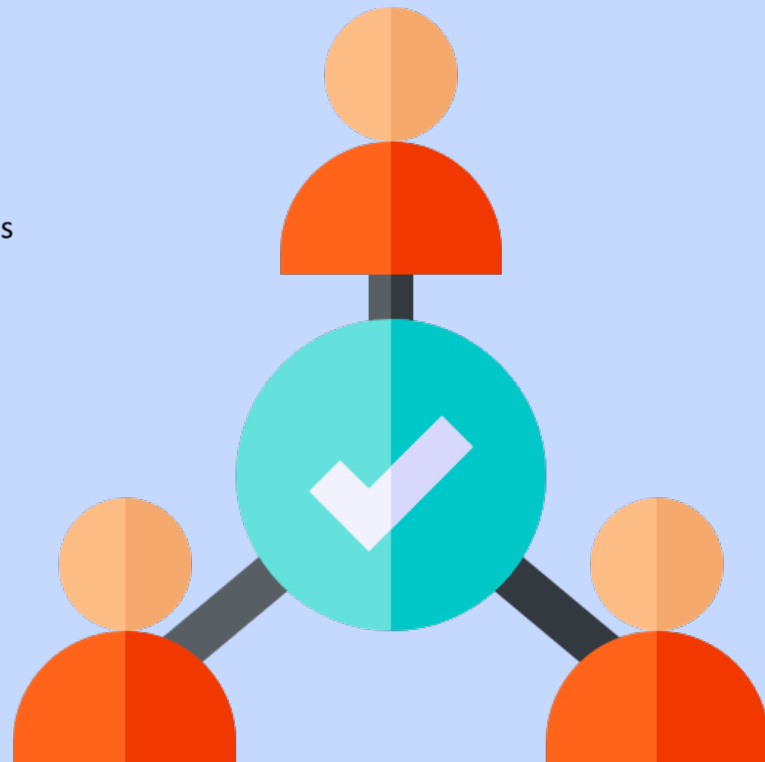
Vendedor externo: Dayan Armijos, Romina Fariño, Karen Quintana, Denisse Alarcón.

Consumidor no afín: Lilibeth Santillán, Fiorella Cevallos

Artista: Gabo Peña Zapatier

Experta en marketing: Andrea Tamayo, Andrea Zamora

Estudiante de diseño gráfico: Yasser Maldonado





05

FASE VALIDAR

Proceso de iteración

VALIDACIÓN DE BAJA RESOLUCIÓN 1

1) Tener el prototipo a la mano

Empezar estableciendo conexión con una compañía de interés citándose a una reunión con asado.

2) Seleccionar los individuos con quienes validar

Sponsor – Dra. Manzano
Vendedor externo: Romina Fariño, Karen Quintana
Consumidor afín: Dustin García

3) Preparar la actividad:

Hipótesis a validar

Se podrá tener una charla más casual y sin mucha formalidad, para que de esta manera se logre una conexión más profunda con los posibles socios.

Nombre de los integrantes que participarán y sus roles.

Jo Yen Kiam Laylin: Entrevistadora.
Carbo Kimberly: Observa y toma notas.

Medio de validación

Llamada de zoom y whatsapp.

Guion de preguntas al entrevistado

Hola, xxx. En esta reunión se realizarán varias preguntas al consumidor para saber su punto de vista, opinión y expectativas del producto.

- 1.- ¿Qué espera de este nuevo producto? ¿Qué imagen o sensación le transmite?
- 3.- ¿Qué reacciones o cambios ha tenido después del uso de estos productos?
- 4.- ¿Qué tipo de nutracéutico de otra marca no cumplió con sus expectativas?
- 5.- ¿Conoce los beneficios que los nutracéuticos aportan a la sociedad?
- 6.- ¿Cuál es el orden de prioridad al momento de escoger el producto en base a sus beneficios?
- 7.- Durante la dinámica hubo algún momento que le incomodó ¿Por qué?

Gracias por aceptar esta reunión y sin nada más que decir, que tenga felices fiestas

VALIDACIÓN DE BAJA RESOLUCIÓN 2

1) Tener el prototipo a la mano

Storyboard Pintar la frontera de una casa con un producto llamativo (la bebida nutracéutica).

2) Seleccionar los individuos con quienes validar

- CIBE (Sponsor) - Dra. Manzano
- Consumidores afín - Juan Velesaca
- Consumidore no afín - Lilibeth Santillán

3) Preparar la actividad:

Hipótesis a validar

La influencia de los nutracéuticos es mayor en las personas que viven cercas de las casas que fueron pintadas.

Nombre de los integrantes que participarán y sus roles.

Nicole Fariño – Dirige la entrevista
Melanie Cajape – Observa y toma los apuntes de lo que hace y dice el entrevistado

Medio de validación

Llamada de zoom

Guion de preguntas al entrevistado

Buen día, XXX. Primero expondremos nuestra problemática para contextualizarle un poco, después le mostraremos una imagen y en base a eso usted responderá ciertas preguntas sumamente sencillas y rápidas.

¿Cuál cree que es la finalidad del mural?

¿Qué parte se le complicó al querer comprender el boceto? Y ¿Por qué?

¿Se detendría a observarlo? ¿En qué área cree que se lo apreciaría mejor?

¿Después de observar el mural tiene deseos de consumir el producto?

¿Qué mejoras cree que se podrían realizar?

Muchas gracias por acceder a esta entrevista XXX, tenga unas bendecidas fiestas.

VALIDACIÓN DE BAJA RESOLUCIÓN 3

1) Tener el prototipo a la mano

Cortometraje animado e informativo explicando los objetivos del emprendimiento y ofreciendo ayuda para futuros comerciales.

2) Seleccionar los individuos con quienes validar

CIBE / Sponsor: Dra. Patricia Manzano
Vendedor externo: Dayan Armijos, Denisse Alarcón
Experta en Marketing: Andrea Zamora

3) Preparar la actividad:

Hipótesis a validar

Conseguir establecer una reciprocidad con los socios de ventas y explicar de manera dinámica nuestros objetivos.

Nombre de los integrantes que participarán y sus roles.

Mayra Arévalo.- Observa y toma los apuntes de lo que hace y dice el entrevistado
Jordy Burgos.- Dirige la entrevista

Medio de validación

Llamada de zoom, vía correo electrónico y reunión presencial

Guion de preguntas al entrevistado

Saludo inicial. Breve explicación de lo que se realizará: cortometraje animado para conocer la importancia de los nutracéuticos y sus beneficios .

- Que le llamó más la atención y con que no está de acuerdo
- ¿Qué cambiaría?
- ¿Ha usado antes un producto similar?, cuénteme más sobre su experiencia
- ¿Cree que este producto podría reemplazaría las bebidas naturales que actualmente son más consumidas en el mercado?
- ¿Recomendaría este producto a sus amigos?

Despedida y agradecimiento

VALIDACIÓN DE ALTA RESOLUCIÓN 1

1) Herramienta de prototipado de alta resolución a usar

Se utilizará canva para un mock-up digital.

2) Seleccionar los individuos con quienes validar

Sponsor: Dra. Manzano.
Vendedor: Romina Fariño, Karen Quintana.
Consumidor Afín: Dustin García

3) Preparar la actividad:

Hipótesis a validar

Crear una conexión más allá de lo profesional fortalece las alianzas comerciales.

Nombre de los integrantes que participarán y sus roles.

Jo Yen Kiam Laylin: Entrevistadora.
Carbo Kimberly: Observa y toma notas.

Técnica de validación

Cortina de humo.

Descripción de cómo se diseñará el escenario para la técnica de validación y su implementación.

Se empleará un screenshot de una simulación de una página web realizada en canva que muestre nuestro interés del prototipo y solicite información de todos los socios de venta que estén interesados en nuestra propuesta, para que ellos puedan preguntar lo que deseen a cualquier hora de día para tratar temas referentes a los nutraceúticos y sobre su perspectiva a futuro en le mercado comercial. Mediante esta pagina web que estará habilitada por un par de días, esperamos conseguir los posibles socios y contactarlos para la reunión.

PROTOTIPO DE ALTA RESOLUCIÓN 1

www.llegaronlosnutraceuticos.ec

LLEGARON LOS NUTRACÉUTICOS

NOS UNIMOS POR UNA META

Y CONSEGUIMOS CREAR UNA MARAVILLA PARA LA SALUD

BUSCAMOS SOCIOS

¡Únate de energía!

COMPLEMENTOS NATURALES

ENERGIZANTE SIN EFECTOS SECUNDARIOS

NACIONAL

CON RESPALDO CIENTÍFICO Y ESTUDIO DE MERCADO

ALTO POTENCIAL DE CONSUMO

\$2,50 A SOLO

BUSCAMOS ALIASO CONVIÉNDOTE AL 100%

Podrá dejar sus datos para que el personal encargado se contacte con ellos para aclarar sus dudas.

Mediante la publicación en un a red social, pautaada para un público específico. Los dirigirá a esa página con información acerca del producto para que se animen a unirse al equipo

www.llegaronlosnutraceuticos.ec

SÉ PARTE DE NUESTRO EQUIPO

Nombre y apellidos

Dirección

Número de teléfono

TAMBIÉN PUEDES ESCRIBIRNOS PARA DESPEJAR DUDAS: 0999999999

VALIDACIÓN DE ALTA RESOLUCIÓN 2

1) Herramienta de prototipado de alta resolución a usar

Se utilizará canva para un mock-up digital.

2) Seleccionar los individuos con quienes validar

Sponsor: Dra. Patricia Manzano
Consumidor no afín: Lilibeth Santillán
Consumidor: Fabricio Yungan

3) Preparar la actividad:

Hipótesis a validar

La influencia de los nutracéuticos es mayor en las personas que el encuentran cerca del cerca del área donde se colocará el mural/panfleto.

Nombre de los integrantes que participarán y sus roles.

Nicole Fariño: Entrevistador
Melanie Cajape: Observa y toma notas

Técnica de validación

Cortina de humo.

Descripción de cómo se diseñará el escenario para la técnica de validación y su implementación.

- Se diseñará una página web donde mostraremos el producto mejorado y su versión anterior.
- En la página web existirá una sección donde se podrá indicar ¿qué aspectos le agrada del producto? ¿está interesado en patrocinarlo?, etc. Además del apartado de comentarios.
- Durante 3 días estará habilitada la página para recopilar la información que nos dejen aparte de la obtenida por las personas con quienes validaremos el prototipo.

PROTOTIPO DE ALTA RESOLUCIÓN 2

Gracias a la página creada se recibirán los comentarios para mejorar ciertos aspectos y destacar la información prioritaria del nutracéutico



The screenshot shows a Wix website editor interface. The browser address bar displays the URL: <https://editor.wix.com/html/editor/web/renderer/edit/16fb03ec-9f4a-4ea8-8b87-54162114b4e8?metaSiteId=1ce16976-76a1-4f02-9f72-645d2f8...>. The page content features a product image of a bottle of 'BEBIDA ENERGÉTICA NATURAL' with 'ALLIYAY' branding. The text on the page reads: 'Contiene Guayusa, especies ecuatorianas e ingredientes a base de cacao'. Below the text is a green 'Buy Now' button. At the bottom right of the page content is a green 'Let's Chat' button. The footer of the page content includes the text: '© 2022 by Bebida ALLIYAY Proudly created with Wix.com'. The Wix editor interface includes a top navigation bar with 'WIX', 'Ahora estás en el modo Vista previa', 'Volver al editor', and 'Publicar' buttons. A notification banner at the top of the page content says: 'Haz Upgrade de tu página web para eliminar los anuncios de Wix. Haz Upgrade ahora'.

Escribe un testimonio

Nombre

Apellido

Email *

Teléfono

Califica nuestro producto

Excelente

Bien

Decepcionante

¿Que te gustó mas?

VALIDACIÓN DE ALTA RESOLUCIÓN 3

1) Herramienta de prototipado de alta resolución a usar

Se utilizará Power Point para la prestación final del mock-up digital

2) Seleccionar los individuos con quienes validar

*CIBE / Sponsor: Dra. Patricia Manzano
Vendedor externo: Dayan Armijos, Denisse Alarcón
Experta en Marketing: Andrea Zamora*

3) Preparar la actividad:

Hipótesis a validar

Conseguir establecer una especie de reciprocidad con los socios de venta y explicar de manera dinámica los objetivo de nuestra marca.

Nombre de los integrantes que participarán y sus roles.

*Mayra Arévalo.- Observa y toma los apuntes de lo que hace y dice el entrevistado
Jordy Burgos.- Dirige la entrevista*

Técnica de validación

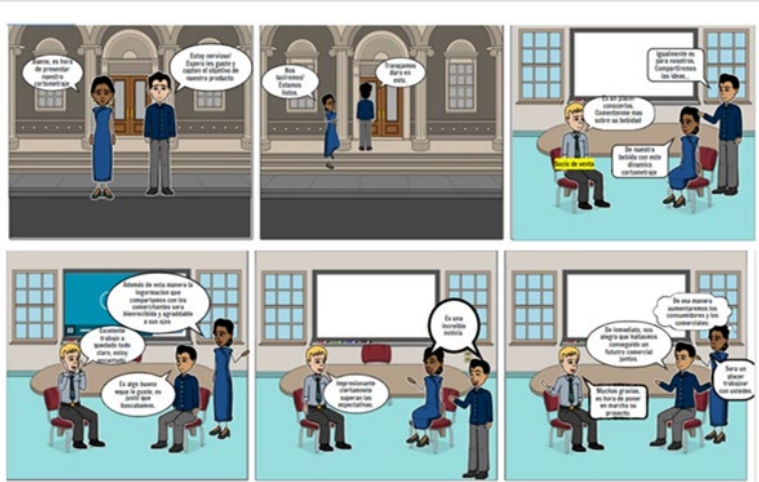
Cortina de humo.

Descripción de cómo se diseñará el escenario para la técnica de validación y su implementación.

*- Se usara Power Point para la presentación de los bocetos de Storyboard y mostrar la idea de video animado
-Se mostraran las idea inicial y la idea ya mejorada
- Se enviara una encuesta con preguntas cerradas acerca de la satisfacción y preguntas abiertas
- Además se realizara una ambientación, con un juego de rol que ayudara a demostrar el objetivo de lo visto en el Storyboard corregido.*

PROTOTIPO DE ALTA RESOLUCIÓN 3

Explicar los beneficios y motivos para adquirirlos, de manera gráfica, sencilla para lograr influenciar al público a buscarlo y consumirlo



Matriz Feedback PAR1

+ FORTALEZAS

Es una idea que llama la atención

El precio no es tan alarmante

Suena entretenido

Se podría dialogar de las características del producto y que se podría mejorar

- DEBILIDADES

Buscar una fecha que todos puedan

Buscar un lugar adecuado para la situación que pasamos actualmente

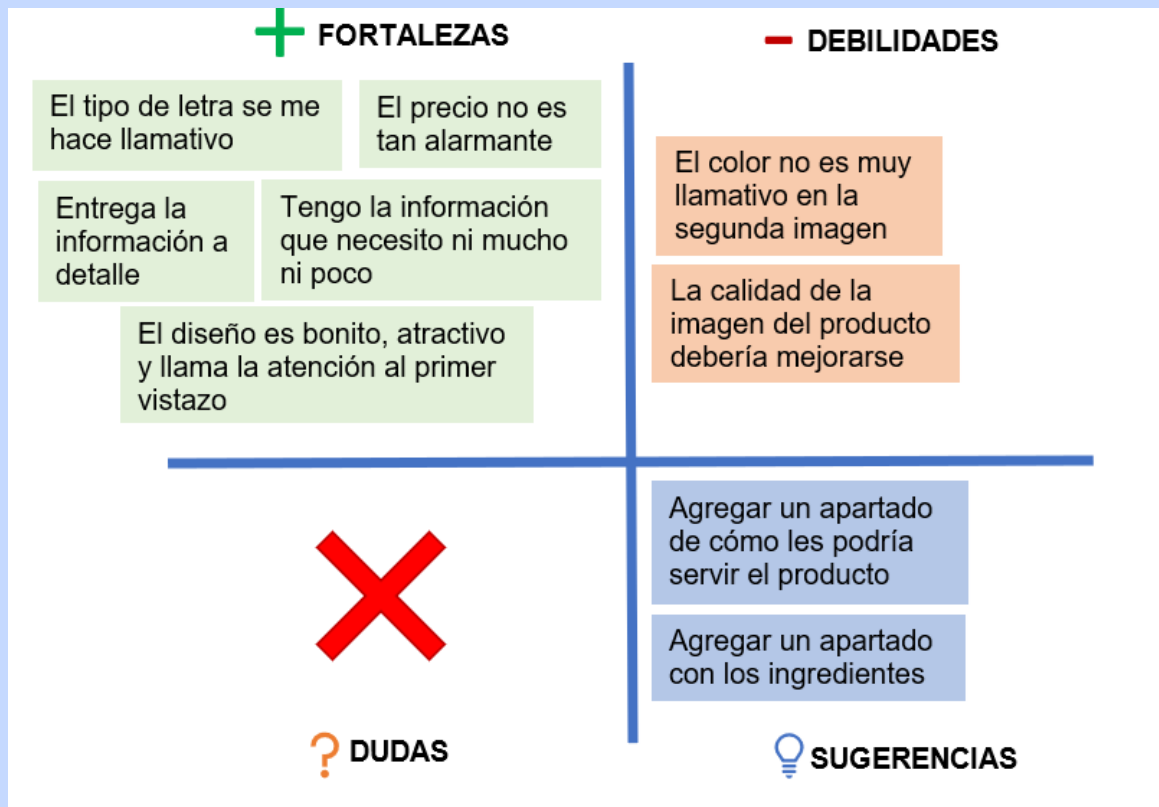
Cuántas veces se realizarán estas reuniones

Planificar más actividades para realizar en el tarde.

? DUDAS

💡 SUGERENCIAS

Matriz Feedback PAR2



Matriz Feedback PAR3



Conclusión



Para la resolución de nuestro problema usamos el modelo de doble diamante de con el objetivo de encontrar la solución más conveniente para nuestro Sponsor y lograr la mejora de la estrategia de venta del nutracéutico, además, de la búsqueda de transferir el conocimiento y llegar al escalado, compartiendo la bebida con el mundo, su eficacia y el cuidado a la salud.

Con el método de resolución de doble diamante ayuda de manera significativa el enfoque que se quería dar a la bebida para su comercialización y la transferencia de conocimiento, cumpliendo la idea de mejorar la promoción del producto y así llegar a más personas, incluyendo también logrando que el socio de venta pueda negociar líderes de emprendimientos que tengan un enfoque en la vida saludable y ansias por intercambiar conocimientos.

Fuentes de datos y Anexos

