

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA

CC3090 Ingeniería de Software 1

Sección 31

Ing. Erick Marroquín



Excelencia que trasciende

DELVALLE
GRUPO EDUCATIVO

MK Platform

1er corte del proyecto

Diego Valenzuela, 22039

Ruth de León, 22428

Michelle Mejía, 22596

Silvia Illescas, 22376

Héctor Penedo, 22217

Grupo #5

Guatemala, 31 de enero del 2024

Contenido

1. Resumen	3
2. Introducción	3
2.1. Descripción de la idea	3
2.2. Objetivo general	3
2.3. Objetivos específicos	4
3. Aplicación de Design Thinking	4
3.1. Definir el brief.	4
3.2. Empatizar	4
3.2.1. Selección de usuarios	4
3.2.3. Qué, cómo y por qué	5
Tabla 1: Qué, cómo y por qué de Diego Valenzuela	7
Tabla 2: Qué, cómo y por qué de Ruth de León	9
Tabla 3: Qué, cómo y por qué de Michelle Mejía	12
Tabla 4: Qué, cómo y por qué de Silvia Illescas	14
Tabla 5: Qué, cómo y por qué de Héctor Penedo	17
3.2.4. AEIOU Framework	17
Tabla 6: AEIOU framework	18
3.2.5. Definir Perfiles	18
3.2.6. Entrevistas	19
3.3. Definir	22
3.3.1. Transcripción de las entrevistas	22
3.3.2. Resumen de las entrevistas	27
Figura 1: Resumen de entrevista de administradora de redes sociales	28
Figura 2: Resumen de entrevista de vendedora	28
Figura 3: Resumen de entrevista de encargada de logística	28
Figura 4 : Resumen de entrevista de encargada de coordinar envíos	29
Figura 5: Resumen de entrevista de diseñadora	30
Figura 6: Resumen de entrevista de contador	30
Figura 7: Resumen de entrevista de cliente	31
Figura 8: Resumen de entrevista de cliente	31
3.3.3. Mapas de empatía	31
Figura 9: Mapa de empatía de Cliente	32
Figura 10: Mapa de empatía de cliente potencial	32
Figura 11: Mapa de empatía de contador	32
Figura 12: Mapa de empatía de diseñadora	33
Figura 13: Mapa de empatía de encargada de coordinar envíos	33
Figura 14: Mapa de empatía de encargada de logística	34
Figura 15: Mapa de empatía de la Administradora de Redes	34
Figura 16: Mapa de empatía de la vendedora	35
3.3.4. Insights, necesidades y oportunidades	35
3.4. Definición del proyecto.	36
Anexo	36

1. Resumen

El trabajo aborda los desafíos enfrentados por Marielos, una emprendedora en la venta de artículos personalizados. Su negocio carece de una presencia digital sólida, lo que afecta la confianza del cliente y genera ineficiencias en las ventas. La falta de recursos limita la expansión y agrava los problemas financieros debido a la alta inversión en publicidad. La experiencia del cliente se ve afectada por la baja presencia en el mercado y las fallas en la entrega de pedidos, erosionando la reputación del negocio. Además, el proceso de creación de prototipos es laborioso y manual, consumiendo mucho tiempo.

El trabajo se centra en mejorar la eficiencia operativa, desarrollar una presencia digital confiable y optimizar el proceso de producción. Los objetivos incluyen establecer una plataforma digital para promover la confianza del cliente, implementar estrategias de marketing digital para aumentar la visibilidad del negocio, y mejorar los procesos de producción para reducir el tiempo y los costos asociados con la creación de prototipos.

2. Introducción

El presente proyecto, llamado MK Platform enfocado en optimizar y facilitar el proceso de ventas y gestión de pedidos para Marielos, emprendedora, fundadora y directora de “MK Publicidad”. Esta empresa se dedica a la creación de productos personalizados, tanto para publicidad corporativa como para regalos personalizados. Quienes actualmente realizan su proceso de venta mediante redes sociales, con un proceso manual de contacto y cotización. El área principal de enfoque del proyecto es el proceso de ventas y gestión de pedidos.

2.1.Descripción de la idea

La idea central del proyecto “MK Platform” es desarrollar una solución digital y automatizada que facilite el proceso de ventas de MK Publicidad. Actualmente el proceso de ventas y gestión de pedidos y cotizaciones es de forma manual y consume mucho tiempo, lo que puede llevar a ineficiencias y errores. La plataforma buscará automatizar y sistematizar estas operaciones, proporcionando una interfaz intuitiva y eficiente tanto para el equipo de MK Publicidad como para sus clientes.

2.2.Objetivo general

El objetivo general del proyecto “MK Platform” es optimizar el proceso de ventas de MK Publicidad . El objetivo principal se centra en mejorar significativamente la eficiencia y precisión en cada etapa del proceso de ventas, desde la recepción de pedidos, la cotización de los mismos y el proceso de entrega. La plataforma debe de simplificar todo ese proceso tanto para los trabajadores como para los clientes.

2.3.Objetivos específicos

Automatización de pedidos: Desarrollar un sistema para la automatización de la recepción y gestión de pedidos. Reduciendo el tiempo de procesamiento de cada orden.

Integración de funciones administrativas: Implementar herramientas para la gestión de inventario, seguimiento de pedidos y comunicación con los clientes.

3. Aplicación de Design Thinking

3.1.Definir el brief.

Marielos es una emprendedora que se enfrenta a desafíos significativos en su venta de artículos personalizados, que están directamente afectando sus ventas y eficiencia operativa. La limitación de recursos impide la expansión de su alcance y se presenta una falta de confianza por parte de los clientes, ya que no cuentan con un lugar digital donde puedan evaluar la confiabilidad del emprendedor y sus productos, así mismo, la ineficiencia en la transmisión de ventas y la elevada inversión en publicidad para atraer clientes agravan sus problemas financieros. La baja presencia en el mercado y las fallas en la entrega de pedidos están impactando negativamente la experiencia del cliente, erosionando la reputación de su negocio. Además, el tiempo que consume Marielos en crear un prototipo por cada producto solicitado es extenso, ya que conlleva de un gran trabajo manual, muchas veces repetitivo y requiere la aprobación del cliente. Ineficiencias en el sistema de producción.

3.2.Empatizar

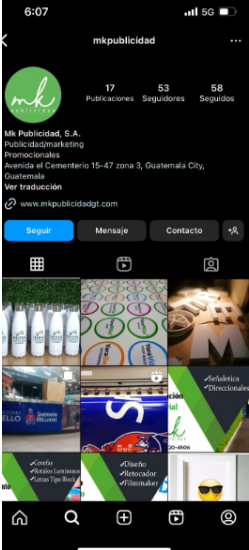
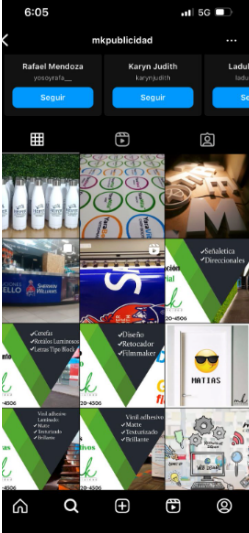
3.2.1.Selección de usuarios

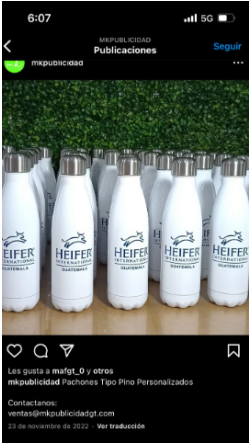
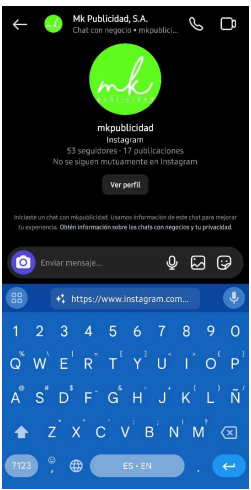

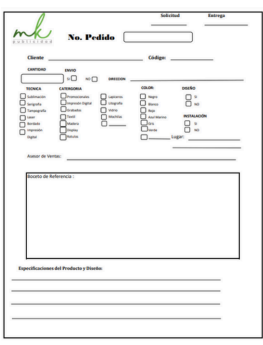
Los usuarios que representan la gran mayoría son todos aquellos clientes potenciales que les gustaron los productos de MK Publicidad y tienen cierto interés en la compra de algún producto.

3.2.2.Selección de usuarios extremos

Los usuarios extremos representan los extremos de nuestra masa de usuarios, dentro de ellos podemos encontrar a la emprendedora. Así como la diseñadora de MK Publicidad. También encontramos potenciales clientes, que tienen desconfianza al realizar compras en línea. Igualmente los clientes que adquieren grandes cantidades de productos personalizados y los clientes con poco conocimiento a nivel de compras en líneas.

3.2.3. Qué, cómo y por qué

Situación	¿Qué está sucediendo?	¿Cómo está sucediendo?	¿Por qué está sucediendo?
	<ul style="list-style-type: none"> • Un posible cliente ingreso al perfil de MK publicidad 	<ul style="list-style-type: none"> • El posible cliente ingresó al perfil a través la app Instagram para observar sus productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Porque el posible cliente se interesó en comprar
	<ul style="list-style-type: none"> • El posible cliente está observando las fotos del perfil social. 	<ul style="list-style-type: none"> • El posible cliente navego dentro del perfil social 	<ul style="list-style-type: none"> • Porque el posible cliente quiso ver un poco más del trabajo de MK publicidad.

	<ul style="list-style-type: none"> El posible cliente ingresó a una publicación que le intereso 	<ul style="list-style-type: none"> El posible cliente abrió una publicación dentro de la red social 	<ul style="list-style-type: none"> Porque el posible cliente le llamó la atención dicha publicación
	<ul style="list-style-type: none"> El cliente se pone en contacto con MK publicidad mediante los mensajes de la red social. 	<ul style="list-style-type: none"> El cliente abrió la bandeja de mensajes y le escribe al perfil social de MK publicidad 	<ul style="list-style-type: none"> Porque el cliente quiere cotizar un producto en particular
	<ul style="list-style-type: none"> Se hizo una cotización 	<ul style="list-style-type: none"> Después de una conversación se obtuvo una cotización de un producto que el cliente quiere 	<ul style="list-style-type: none"> Porque el cliente quiere cotizar el precio de un ítem de la tienda
	<ul style="list-style-type: none"> Se llena el formulario de envío 	<ul style="list-style-type: none"> Se envió un formulario de envío y el cliente lo está rellendo 	<ul style="list-style-type: none"> Porque MK publicidad necesita saber información de envío para el producto.

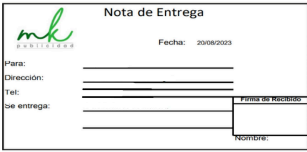

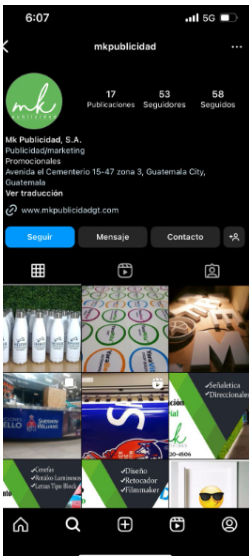
	<ul style="list-style-type: none"> Se realiza la nota de entrega para el repartidor 	<ul style="list-style-type: none"> Con la información del envío al cliente se genera una nota que se entregará al mensajero para que este lleve el pedido. 	<ul style="list-style-type: none"> Porque el mensajero necesita la información de envío al cliente.
	<ul style="list-style-type: none"> Se realizó la entrega final al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> El cliente recibe su pedido 	<ul style="list-style-type: none"> Porque el pedido llega con el cliente

Tabla 1: Qué, cómo y por qué de Diego Valenzuela

Situación	¿Qué está sucediendo?	¿Cómo está sucediendo?	¿Por qué está sucediendo?
	<ul style="list-style-type: none"> El usuario encuentra la página del emprendimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> A través de una red social. 	<ul style="list-style-type: none"> El usuario encuentra un anuncio o una historia con respecto a los productos de la página del emprendimiento.

	<ul style="list-style-type: none"> ● El usuario se sienta interesado en la cuenta e indaga la página del emprendimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Viendo cada publicación con la información correspondiente del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> ● El usuario tiene un interés sobre los productos del emprendimiento
	<ul style="list-style-type: none"> ● El emprendimiento da a conocer sus productos a través de las descripciones de cada publicación. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Con la publicación el producto se ve al ver la imagen y darse una idea del resultado final. 	<ul style="list-style-type: none"> ● El emprendedor desea dar a conocer su trabajo y facilitar la información al cliente.
	<ul style="list-style-type: none"> ● El usuario se acerca al emprendedor, escribiendo para más información. 	<ul style="list-style-type: none"> ● A través de un chat se transmiten detalles sobre el producto. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Al cliente le ha llamado la atención el servicio y creatividad del emprendimiento y quiere un producto personalizado para sí mismo.



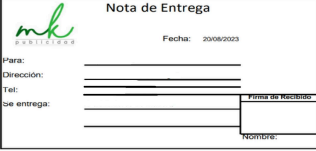

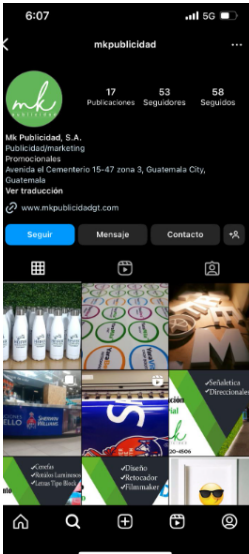
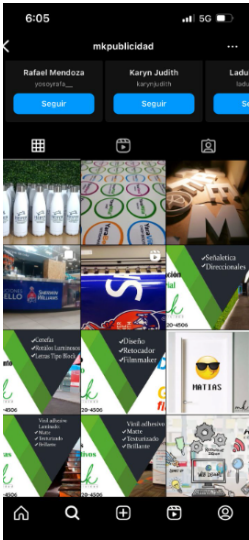

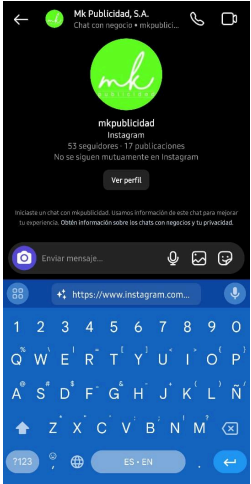

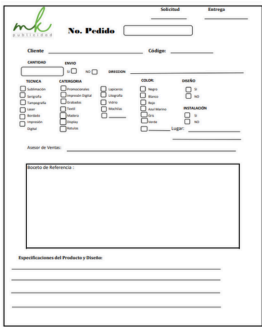
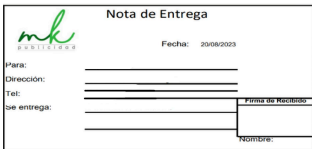
	<ul style="list-style-type: none"> Se realiza una cotización con los datos del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> La cotización se realiza con un documento formal para tener a detalle la información del producto pedido. 	<ul style="list-style-type: none"> Se necesita una coordinación del pedido para no evitar ningún detalle.
	<ul style="list-style-type: none"> Se manda a llamar a la producción para empezar el proceso de fabricación del producto detalladamente. 	<ul style="list-style-type: none"> A través de la boleta se verifican las dimensiones, colores, tipo de producto, entre otros, para poder tener claro el producto final. 	<ul style="list-style-type: none"> Tener un orden de producción.
	<ul style="list-style-type: none"> Esta boleta ayuda al repartidor a conocer la información de la entrega, para que el producto llegue al lugar correcto. 	<ul style="list-style-type: none"> A través de una agencia de paquetería, repartidor o el mismo dueño hace la entrega del producto de manera segura. 	<ul style="list-style-type: none"> Se necesita la información del cliente por cualquier inconveniente o no se encuentra la dirección correcta.
	<ul style="list-style-type: none"> Se observa el producto final dado por el emprendimiento 	<ul style="list-style-type: none"> En redes sociales se muestran diversos productos finales para que posibles usuarios se interesen en la calidad del producto final. 	<ul style="list-style-type: none"> Ayuda a llamar la atención de los posibles clientes. Ayudando a que sus ventas crezcan y llegue a más lugares.

Tabla 2: Qué, cómo y por qué de Ruth de León

Situación	¿Qué está	¿Cómo está	¿Por qué está
-----------	-----------	------------	---------------

	sucediendo?	sucediendo?	sucediendo?
	<ul style="list-style-type: none"> ● Existe un perfil de Instagram donde se puede observar el logotipo, nombre, contacto y fotografías del emprendimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Marielos, la emprendedora, se encarga de publicar las fotografías de sus trabajos, productos y añadir información para sus clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Porque para Marielos es importante conectar con los clientes, mostrar sus resultados y darle a conocer a la gente de su negocio.
	<ul style="list-style-type: none"> ● Vemos una vista más detallada del perfil de lado del cliente, quien se encuentra indagando sobre los productos manufacturados por la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ya sea bien buscando el perfil por curiosidad/con consulta o bien a través de publicidad. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Porque los clientes se encuentran interesados en saber más sobre los productos ofrecidos por el emprendimiento.
	<ul style="list-style-type: none"> ● Se puede observar un ejemplo de una publicación anunciando objetos personalizados fabricados por Marielos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Por medio de la red social, Marielos publica ejemplos como este 	<ul style="list-style-type: none"> ● Porque ella quiere que más personas vean los resultados de su trabajo y se interesen por sus productos.

	<ul style="list-style-type: none"> Se recibe un contacto por parte del cliente 	<ul style="list-style-type: none"> A través de las redes sociales es posible comunicarse con la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> Porque se desea conocer mayor información de los productos y servicios.
	<ul style="list-style-type: none"> Se imprime una cotización de un producto solicitado 	<ul style="list-style-type: none"> Marielos manualmente se encarga de buscar el producto, descripción y colocar el precio tanto unitario como total. 	<ul style="list-style-type: none"> Porque los consumidores necesitan saber cuánto dinero deberán invertir en los servicios contratados o productos comprados antes de adquirirlos.
	<ul style="list-style-type: none"> Observamos una solicitud de un pedido en blanco 	<ul style="list-style-type: none"> Con la reciente organización del emprendimiento, se debe llenar un formulario ante cada compra. 	<ul style="list-style-type: none"> Porque es el proceso escogido para someter compras y aprobar solicitudes.
	<ul style="list-style-type: none"> Se observa una nota de entrega 	<ul style="list-style-type: none"> Marielos se ha encargado de enviarla junto con el producto solicitado 	<ul style="list-style-type: none"> Porque es útil para Marielos tener una prueba de que el producto se ha entregado, y para el cliente asegurarse de la compra con un comprobante.

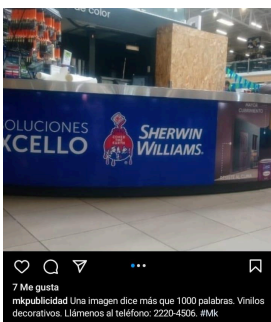
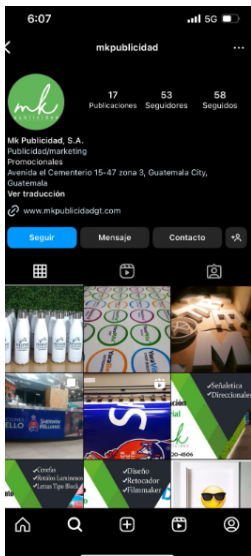
	<ul style="list-style-type: none"> ● Vemos una fotografía del producto finalizado. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Luego del trabajo arduo de Marielos, fue posible terminar el producto e instalarlo en la tienda. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Porque es una muy buena práctica publicar trabajos terminados para que la gente pueda darse una idea de la calidad de trabajo y resultados del emprendimiento de Marielos.
---	---	--	--

Tabla 3: *Qué, cómo y por qué de Michelle Mejía*

Situación	¿Qué está sucediendo?	¿Cómo está sucediendo?	¿Por qué está sucediendo?
	<ul style="list-style-type: none"> ● Se encuentra el perfil de instagram, se puede visualizar en donde se encuentran ubicados y una previsualización de algunos objetos personalizados. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Toda la información se encontró dado que la emprendedora la subió a la red social. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Para darse a conocer.

	<ul style="list-style-type: none"> ● Se observan algunos de los productos que fueron previamente personalizados para algún cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Marielos los subió a su red social 	<ul style="list-style-type: none"> ● Lo hizo para darse a conocer
	<ul style="list-style-type: none"> ● Se observan unos pачones personalizados para dar referencia a los posibles productos que pueden llegar a personalizar 	<ul style="list-style-type: none"> ● Por medio de una fotografía con el producto ya terminado. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Para que las personas se puedan interesar en productos personalizados.
	<ul style="list-style-type: none"> ● Es el chat del emprendimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Accedieron por medio de la página de inicio. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Para poder realizar cualquier tipo de consulta referente a algún producto.


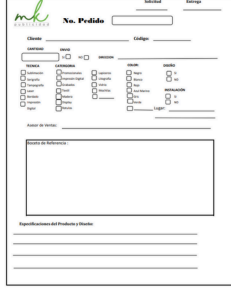
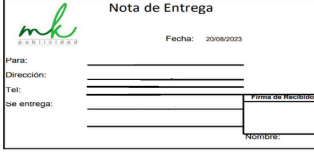

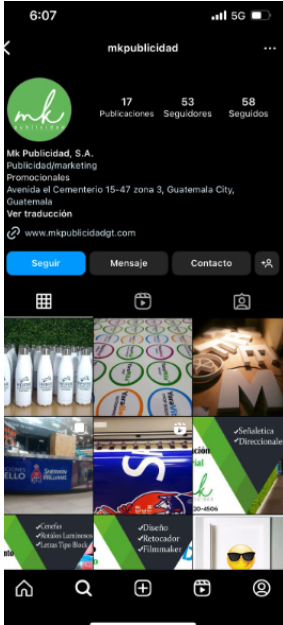
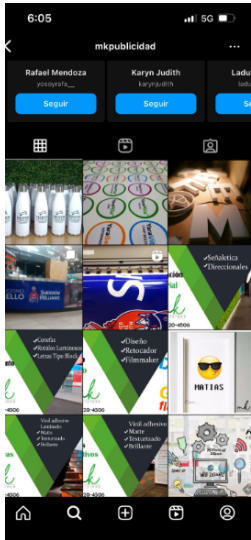
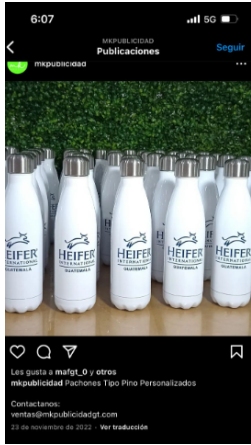


	<ul style="list-style-type: none"> Se muestra el esquema de cotización, precio y como se vería. 	<ul style="list-style-type: none"> Por medio de realizar alguna consulta Marielos realiza las cotizaciones necesarias. 	<ul style="list-style-type: none"> Para poder darle una idea al cliente de como se vería el producto terminado.
	<ul style="list-style-type: none"> Se observa el formulario en el cual se llena la orden del pedido. 	<ul style="list-style-type: none"> Cuando el cliente está seguro de adquirir el producto. 	<ul style="list-style-type: none"> Para poder iniciar a elaborar el producto.
	<ul style="list-style-type: none"> La nota de entrega. 	<ul style="list-style-type: none"> Se especifica cómo se entregará el producto. 	<ul style="list-style-type: none"> Para recibir el producto.
	<ul style="list-style-type: none"> El producto ya terminado. 	<ul style="list-style-type: none"> Se elaboró y se entregó al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> Porque el cliente lo adquirió.

Tabla 4: Qué, cómo y por qué de Silvia Illescas

Situación	¿Qué está sucediendo?	¿Cómo está sucediendo?	¿Por qué está sucediendo?
-----------	-----------------------	------------------------	---------------------------

	<ul style="list-style-type: none"> Se está utilizando una red social para compartir los productos que se tienen a la venta, servicios que ofrecen y las formas en las que los clientes pueden contactar con el emprendimiento o con la intención de obtener más información y, eventualmente, adquirir un producto. 	<ul style="list-style-type: none"> Los usuarios pueden utilizar la función de mensaje directo para realizar las preguntas que tengan sobre alguno de los productos. También pueden contactar mediante correo electrónico y visitar el sitio web del emprendimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> Los clientes pudieron haber visto las imágenes posteadas en la red social y pensar que los productos poseen una buena calidad, por lo que deciden escribir un mensaje pidiendo más información y/o realizando una orden.
	<ul style="list-style-type: none"> Se accedió al perfil del emprendimiento. Luego de leer el nombre y la descripción, se decide revisar las publicaciones realizadas. 	<ul style="list-style-type: none"> El usuario encontró el perfil mediante publicidad, conocidos, redes sociales, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> La descripción obtenida del perfil o de conocidos fue de interés para el posible cliente.
	<ul style="list-style-type: none"> Se visualiza una publicación realizada sobre un producto. 	<ul style="list-style-type: none"> El usuario puede acceder a las imágenes publicadas en la red social para verlas a mayor detalle y leer una breve descripción sobre las mismas. 	<ul style="list-style-type: none"> El producto mostrado en la imagen ha llamado la atención del usuario, lo que provoca que quiera conocer más sobre el mismo y, posiblemente, adquirirlo.

←  **Mik Publicidad SA**
Chat con negocio • mikpublicidad...







mikpublicidad
Instagram




53 seguidores · 17 publicaciones
No se siguen mutuamente en Instagram

[Ver perfil](#)






Initiárate en chat con mikpublicidad. Obtén información de esta chat para mejorar tu experiencia. [Obtén información sobre los chats con negocios y tu privacidad](#)

 Enviar mensaje...

  <https://www.instagram.com...> 

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
Q W E R T Y U I O P
A S D F G H J K L N
Z X C V B N M

   ES • EN  

- | | | |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● Se entra a los mensajes directos de la red social. | <ul style="list-style-type: none"> ● Los usuarios pueden escribir mensajes privados entre ellos y el emprendimiento para conocer más sobre los productos u ordenarlos. | <ul style="list-style-type: none"> ● Un usuario ha decidido dar el siguiente paso y preguntar sobre el precio, dimensiones, materiales, entre otros aspectos que le ayudarán a decidir si comprará o no el producto. |
|--|---|---|


		COTIZACIÓN	
		No. Fecha:	OCSEP07-0042
Cliente: Contacto: Dirección: Teléfono:	Sr. Srta. Sra. Sra.	Ventas - Montevideo Dirección de Proyectos 0022 5514 1475 0022 2393 2958	
Empresa: CUIT:	Domicilio: Ciudad:	Servicio de Precio	Cotización
FORMA DE ENTREGA Contenedor		FORMA DE PAGO Contado	
CONDICIONES			
El presente presupuesto es válido por un periodo de 15 días corridos a partir de la fecha de emisión del presente presupuesto.			
Los precios están calculados por las cantidades indicadas en cada artículo, los cambios de monto al cliente.			
Los precios no incluyen I.V.A. y/o entrega en zona metropolitana.			
Cantidad	Descripción	Imagen del producto	Precio Unitario Total
0000	1 LITRO DE LUBRICANTE, mineral 100% sintético, para motores 4 tiempos de 2 y 3 cilindros		\$20.50 \$20.50
			001.000.00
TOTAL			\$20.500.00

Nota: La existencia del producto está en constante relación.

- | | | |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● Se aprecia la cotización realizada de un producto. | <ul style="list-style-type: none"> ● Los usuarios contactan al emprendimiento para cotizar uno o varios productos. | <ul style="list-style-type: none"> ● El cliente desea adquirir un producto, por lo que lo cotiza para averiguar cuánto deberá pagar para adquirirlo. |
|--|---|---|

[illegible]

- | | | |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● Se ha realizado un pedido que debe ser numerado. | <ul style="list-style-type: none"> ● Al haber realizado una orden, los clientes obtienen una confirmación de la misma para tener la seguridad de que obtendrán sus productos tal como los pidieron. | <ul style="list-style-type: none"> ● Es necesario realizar este proceso para que el vendedor pueda elaborar el producto solicitado y el cliente sepa que le llegará lo que pidió. |
|--|--|--|

	<h2>Nota de Entrega</h2>	
	Fecha: 20/06/2023	
	Para:	_____
	Dirección:	_____
	Tel:	_____
Se entrega:	_____	Firma de Recibido: <div style="border: 1px solid black; height: 40px; width: 100%;"></div>
	_____	Nombre: _____

- | | | |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● El producto ha sido entregado al cliente. | <ul style="list-style-type: none"> ● El repartidor entregó exitosamente el producto a la dirección del cliente. | <ul style="list-style-type: none"> ● Se realiza para tener la certeza de que el cliente recibió su producto. |
|---|--|---|

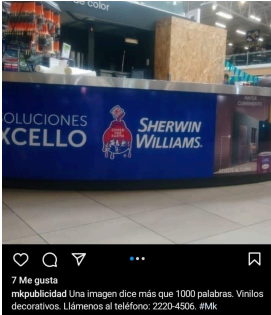
	<ul style="list-style-type: none"> ● Se realiza una publicación del producto terminado. 	<ul style="list-style-type: none"> ● El vendedor captura una imagen del producto y lo sube a las redes sociales para compartirlo. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Porque permite mostrar a potenciales clientes el tipo de trabajos que se realizan y la calidad con la que se realizan. Esto aumenta la confianza que los clientes depositan en el emprendimiento.
---	--	--	---

Tabla 5: Qué, cómo y por qué de Héctor Penedo

3.2.4.AEIOU Framework

Actividades	Entorno	Interacciones	Objetos	Usuarios
Visualización del perfil	<ul style="list-style-type: none"> ● Redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> ● Manda mensaje por red social para obtener información 	<ul style="list-style-type: none"> ● Catálogo 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cliente potencial ● Cliente ● Cliente recurrente
Ordenar el producto	<ul style="list-style-type: none"> ● Aplicación de banco ● Punto de encuentro ● Banco 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cotizar el producto ● Pedir el producto 	<ul style="list-style-type: none"> ● Dinero 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cliente ● Vendedor
Pre-visualización del producto	<ul style="list-style-type: none"> ● Taller de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pedir una visualización del producto 	<ul style="list-style-type: none"> ● Materia prima 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cliente ● Diseñadora
Envío del producto	<ul style="list-style-type: none"> ● Paquetería 	<ul style="list-style-type: none"> ● Indicar al repartidor la dirección. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Paquete ● Vehículo de paquetería 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cliente ● Repartidor

Tabla 6: AEIOU framework

- **Cliente potencial:** El cliente potencial hace referencia a un cliente que aún no se decide a comprar, es decir, puede que compre, o puede que no.
- **Cliente:** Es aquel individuo que tomó la decisión de comprar un producto, y solo se encuentra en el proceso de compra
- **Cliente recurrente:** Es aquel cliente que ha realizado compras anteriormente.

3.2.5. Definir Perfiles

Administrador de Redes Sociales:

Es el encargado de gestionar todo lo relacionado con las redes sociales del emprendimiento: el perfil de usuario, las publicaciones, mensajes directos y comentarios. Sus responsabilidades son:

- Crear un perfil de usuario y publicaciones que cautiven a los clientes potenciales con descripciones interesantes, imágenes llamativas y respuestas informativas.
- Responder a los mensajes directos que envían los potenciales clientes para lograr obtener una venta.

Diseñador:

Se encarga de diseñar un producto que satisfaga las necesidades del cliente con el objetivo de realizar una venta. Para esto, debe realizar una previsualización que le ayude al cliente a decidir si adquirir el producto o cambiar el diseño.

Vendedor (Incluye vendedores en línea y telefónicos):

Se encarga de poner un precio a los productos, informar a los usuarios sobre sus características, realizar las ventas y el envío de los productos a la dirección que obtiene del cliente. Esta persona responde a pedidos que se realicen ya sea por redes sociales o una llamada telefónica. Cuando se concreta una venta, se realiza un documento que contiene la información del producto adquirido para que el cliente deposite una mayor confianza en el emprendimiento.

Contador:

Es el encargado de llevar las cuentas del emprendimiento y verificar que la cantidad de productos vendidos cuadre con la cantidad de dinero en caja.

Encargado de Logística:

Es la persona que gestiona los pedidos que están completados y el envío de dichos productos a los clientes que lo adquirieron.

Envío de Productos:

Luego de realizar una venta, se debe realizar el envío de los productos a los clientes que pagaron por ellos. Esto se hace mediante una compañía de envíos. Se entrega el producto al repartidor — que suele ir en motocicleta — y se indica la dirección a la que debe entregarlo. Una vez el cliente recibe el producto, debe firmar una Nota de Entrega.

Cientes (Incluye clientes, clientes frecuentes y clientes potenciales):

Son las personas que realizaron la compra de un producto luego de haber interactuado con el administrador de redes sociales a través de mensajes directos. Las compras pueden ser realizadas por personas particulares o empresas.

- Los clientes frecuentes son aquellos que suelen adquirir los productos y servicios que ofrece el emprendimiento con frecuencia. Esto se da porque han determinado que la calidad del producto, el servicio al cliente, entrega, precios, entre otros aspectos cumplen con sus expectativas, por lo que confían en el emprendimiento para una gran cantidad de pedidos.
- Los clientes potenciales son las personas que se encuentran interesadas en los productos y servicios que ofrece el emprendimiento pero aún no han adquirido nada. El objetivo es convertir a la mayoría de clientes potenciales en clientes y, aún mejor, clientes frecuentes.

3.2.6. Entrevistas

- Debe entregar el guión elaborado para tener un orden en las entrevistas

Administrador de redes sociales:

1. Nombre
2. Cuéntame sobre tu experiencia en la gestión de redes sociales y cómo llegaste a MK.
3. ¿Cómo describirías la identidad y tono distintivo de MK en redes sociales?
4. ¿Cómo decides el contenido y frecuencia de las publicaciones para atraer nuevos clientes?
5. ¿Cómo gestionas mensajes directos y comentarios para optimizar la interacción y lograr ventas?
6. ¿Cuáles son los desafíos comunes que enfrentan y cómo los abordan?
7. ¿Puedes compartir una experiencia de superar un obstáculo en la gestión de redes sociales?

Diseñador

1. Nombre
2. Cuéntame sobre tu experiencia como diseñador en MK.

3. ¿Cómo defines tu enfoque al diseñar productos que satisfacen las necesidades del cliente?
4. ¿Cómo abor das la creación de previzualizaciones para ayudar a los clientes a tomar decisiones de compra?
5. ¿Cómo interactúas con los clientes para comprender sus necesidades y preferencias de diseño?
6. ¿Cómo manejas situaciones en las que los clientes desean ajustes en el diseño original?
7. ¿Qué herramientas y tecnologías utilizas en tu trabajo diario como diseñador en MK? ¿Hay alguna nueva herramienta o tecnología que estés considerando para mejorar tus procesos de diseño?

Vendedor

1. Nombre
2. Cuéntame sobre tu experiencia como vendedor en MK.
3. ¿Cómo abor das la respuesta a pedidos realizados a través de redes sociales o llamadas telefónicas?
4. ¿Cómo documentas la información de los productos adquiridos para generar confianza en los clientes? (Ej. Si utilizas facturas)
5. ¿Qué importancia le das a la transparencia en la información proporcionada a los clientes?
6. ¿Cómo colaboras con el equipo de diseño y otros departamentos para asegurar la precisión en la información de productos? (Precios, tiempo de entrega, etc)
7. ¿Cómo manejas las solicitudes de clientes que requieren personalizaciones o ajustes especiales?
8. ¿Qué herramientas y tecnologías utilizas para facilitar el proceso de ventas, cobros y seguimiento de pedidos?

Contador

1. Nombre
2. Cuéntame sobre tu experiencia como contador en MK.
3. ¿Cuáles son las responsabilidades clave en tu función de llevar las cuentas de MK?
4. ¿Cómo garantizas la precisión en los registros contables y financieros?
5. ¿Cómo verificas que la cantidad de productos vendidos coincida con la cantidad de dinero en caja?
6. ¿Has implementado alguna mejora para garantizar el cumplimiento y la eficiencia en la gestión contable?
7. ¿Has implementado alguna mejora para garantizar el cumplimiento y la eficiencia en la gestión contable?

Encargado de Logística

1. Nombre
2. Cuéntame sobre tu experiencia como encargado de logística en MK.
3. ¿Cuáles son tus responsabilidades clave en la gestión de pedidos y envíos?
4. ¿Cómo coordinas el envío de productos una vez que los pedidos están completados?
5. ¿Qué estrategias utilizas para garantizar entregas rápidas y eficientes?
6. ¿Cómo manejas situaciones en las que hay cambios en los pedidos después de ser procesados?
7. ¿Qué tecnologías o sistemas utilizas para facilitar la gestión logística?

Envío de productos

1. Nombre
2. ¿Cuéntame sobre tu experiencia como encargado de envío de productos en MK?
3. ¿Cuáles son tus funciones principales en la coordinación de los envíos?
4. ¿Cómo coordinas la entrega de productos a los clientes después de completar una venta?
5. ¿Qué medidas tomas para garantizar la puntualidad y eficiencia en la entrega?
6. ¿Cómo manejas la colaboración con compañías de envíos para asegurar un servicio confiable?
7. ¿Cómo abordar los desafíos comunes, como cambios en las direcciones de entrega o retrasos inesperados?

Clientes

1. Nombre
2. ¿Cómo describirías tu experiencia al interactuar con el proceso de compra en MK?
3. ¿Qué aspectos influyeron en tu decisión de compra?
4. ¿Qué productos o servicios has adquirido en MK? ¿Cómo evalúas la calidad de los productos y servicios ofrecidos por MK?
5. ¿MK ha cumplido con tus expectativas en términos de calidad, servicio al cliente y entrega?
6. ¿Hay algún aspecto en el que sientas que MK podría mejorar?
7. ¿Planeas realizar futuras compras en MK? ¿Por qué sí o por qué no?

Clientes potenciales

1. Nombre
2. Si eres un cliente potencial, ¿qué aspectos te han llamado la atención sobre los productos y servicios de MK?
3. ¿Cómo te enteraste de MK?
4. ¿Hay algo específico que te gustaría saber antes de tomar la decisión de compra?
5. ¿Planeas realizar futuras compras en MK? ¿Por qué sí o por qué no?

3.3.Definir

3.3.1.Transcripción de las entrevistas

Marielos Monterroso

Hola, soy Marielos, y estoy emocionada de compartir un poco sobre mi experiencia en los distintos roles que ejerzo aquí en MK.

Yo me encargo de administrar las de Redes Sociales, de realizar las ventas, me encargo de la logística y de coordinar los envíos en MK así que te voy a compartir un poco acerca de ello.



Administradora de Redes Sociales:

Experiencia en Redes Sociales: Llevo aproximadamente 5 años en la gestión de redes sociales de la empresa, junto a mi hermana tomamos las decisiones acerca de que contenido subir, pero yo me encargo de que todo se encuentre en orden.

Identidad y Tono Distintivo: MK en redes sociales se caracteriza por ser vibrante y amigable. Nos interesa inspirar y conectar emocionalmente con nuestra audiencia para así elevar las ventas.

Contenido y Frecuencia de Publicaciones: Decidimos el contenido basándonos en las tendencias del mercado y preferencias de los clientes. La frecuencia se ajusta para mantener presencia constante sin saturar a nuestros seguidores.

Gestión de Mensajes y Comentarios: Manejo mensajes y comentarios de la manera más rápida y positiva que pueda, optimizando la interacción con cada uno de los clientes.

Desafíos y Cómo los Abordo: Enfrentamos desafíos como críticas negativas siendo transparentes, reconociendo errores y mejorando continuamente. Tratando de conectar con el cliente y conocer sus necesidades.

Vendedora:

Respuesta a Pedidos y Transparencia: Respondo a pedidos tan rápido como puedo, especialmente por las tardes, proporcionando información detallada. Utilizo facturas detalladas y documentos transparentes para generar confianza.

Colaboración con Otros Departamentos: Me comunicó de manera directa con la encargada de diseño para garantizar precisión en la información de productos dado que la transparencia es clave, y siempre estoy disponible para responder preguntas.

Manejo de Solicitudes de Personalización: Abordo las solicitudes de personalización con empatía y flexibilidad, asegurando que los clientes obtengan productos adaptados a sus necesidades siempre y cuando nosotros podamos realizar lo que nos estén solicitando.

Encargada de Logística:

Responsabilidades Clave: Me encargo de la gestión de pedidos y envíos para asegurar entregas rápidas y eficientes.

Coordinación de Envíos: Coordinamos los envíos utilizando sistemas eficientes, optimizando rutas para garantizar entregas oportunas.

Estrategias para Entregas Eficientes: Si el envío es dentro de la capital se realiza por medio de un mensajero y si es fuera por medio de Cargo Express.

Manejo de Cambios en Pedidos: Frente a cambios en pedidos, ajustamos la logística con flexibilidad para adaptarnos a las nuevas especificaciones, siempre y cuando nos sea posible.

Encargada de Coordinar Envíos:

Funciones Principales: Mi responsabilidad principal es coordinar la entrega de productos a los clientes después de completar una venta, garantizando un proceso sin contratiempos.

Coordinación de Entregas: Se utiliza un sistema eficiente para coordinar las entregas, programando envíos según la ubicación y preferencias del cliente.

Colaboración con Compañías de Envíos: Como mencioné anteriormente se realizan los envíos por medio de un mensajero de confianza o por Cargo Express.

Manejo de Desafíos Comunes: Ante desafíos como cambios en direcciones de entrega o retrasos inesperados, actuamos con rapidez y flexibilidad para resolver los problemas y mantener a los clientes informados.

Aída Monterroso

Diseñadora:

¡Hola! Soy Aída , la Diseñadora en MK.

Experiencia como Diseñador en MK: He contribuido a proyectos creativos y emocionantes en MK durante 5 años si no estoy mal, brindando soluciones visuales que se alinean con la identidad de la marca.

Enfoque al Diseñar para Satisfacer Necesidades del Cliente: Mi enfoque es comprender a fondo las necesidades del cliente, traduciéndolas en diseños funcionales y estéticamente atractivos que superan sus expectativas.

Creación de Previsualizaciones para Decisiones de Compra: Utilizo previsualizaciones detalladas para destacar características clave, ayudando a los clientes a visualizar el producto final y tomar decisiones informadas.

Interacción con Clientes para Comprender Necesidades: Se mantiene una comunicación abierta con los clientes mediante reuniones o mensajes para entender sus preferencias y necesidades de diseño.

Manejo de Ajustes en el Diseño Original: Colaboro estrechamente con los clientes para realizar ajustes según sus comentarios, asegurándome de que estén satisfechos con el resultado final.

Herramientas y Tecnologías en Uso y Consideración: Utilizo herramientas como Adobe Creative Suite y estoy explorando nuevas tecnologías para mejorar la eficiencia del diseño.

Gerardo

Contador:

Hola, yo soy Gerardo y me encargo de la contabilidad dentro de MK.

Experiencia como Contador en MK: Llevo aproximadamente 3 años y medio en MK, gestionando responsabilidades clave en el ámbito financiero y contable.

Responsabilidades Clave: Mis funciones incluyen la gestión de cuentas, análisis financiero y asegurar el cumplimiento de normativas fiscales.

Garantizar Precisión en Registros Contables: Utilizo sistemas de contabilidad avanzados y realizo auditorías periódicas para garantizar la precisión en los registros contables y financieros.

Verificación de Productos Vendidos y Dinero en Caja: Implemento procesos de conciliación regularmente para asegurar que la cantidad de productos vendidos coincida con el dinero en caja.

Mejoras para Eficiencia en Gestión Contable: He implementado un sistema de seguimiento para mejorar la eficiencia y garantizar un cumplimiento riguroso en la gestión contable.

Alberto Illescas



Cliente:

Nombre: Soy Alberto, un cliente de MK.

Experiencia en el Proceso de Compra en MK: Mi experiencia ha sido positiva en general. El proceso de compra en MK ha sido fácil y transparente, desde la navegación en sus redes sociales hasta la finalización de la transacción.

Aspectos que Influyeron en mi Decisión de Compra: La capacidad de personalizar los productos y la variedad de opciones disponibles fueron factores clave en mi decisión de compra. Además, las reseñas positivas de otros clientes también influyeron en mi elección.

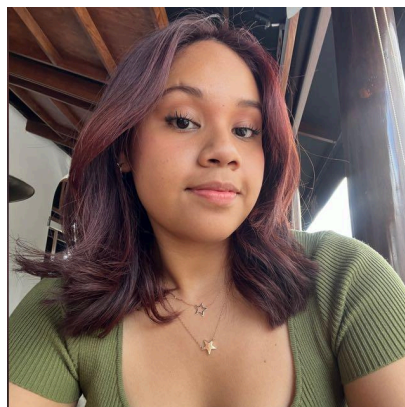
Productos o Servicios Adquiridos en MK: He adquirido vasos personalizados, playeras y sudaderos, y hasta ahora, la calidad ha sido excepcional. La capacidad de personalización ha agregado un toque único a mis compras.

Cumplimiento de Expectativas de MK: En términos de calidad, servicio al cliente y entrega, MK ha superado mis expectativas. Los productos son de alta calidad, el servicio al cliente es receptivo y la entrega ha sido puntual.

Áreas de Mejora para MK: Aunque mi experiencia ha sido positiva, creo que MK podría mejorar en tener medidas específicas de playeras o sudaderos, para hacer que la experiencia del cliente sea aún más excepcional.

Planes para Futuras Compras en MK: Sí, definitivamente planeo realizar futuras compras en MK. La calidad, la personalización y la atención al cliente me han fidelizado como cliente.

Peniel Hernández



Cliente Potencial:

Nombre: Soy Peniel, y posiblemente soy un cliente potencial en los productos de MK.

Aspectos que Me Han Llamado la Atención en MK: He escuchado acerca de la capacidad de personalización de los productos y la diversidad de opciones son aspectos que me han atraído. La idea de tener artículos personalizados es única y atractiva.

Cómo Me Enteré de MK: Descubrí MK a través de Silvia Illescas, me mostró sus redes sociales y los artículos que personalizan, así que la marca captó mi interés.

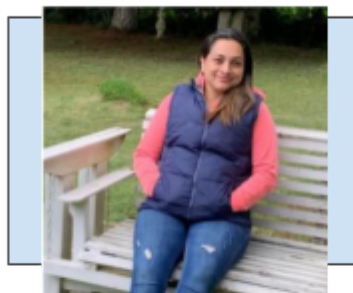
Información Específica Antes de la Decisión de Compra: Me gustaría obtener más información sobre precios y calidad, para asegurarme de tomar una decisión informada.

Planes para Futuras Compras en MK: Estoy considerando realizar futuras compras en MK, especialmente si encuentro la información adicional que estoy buscando. La personalización es un factor clave en mi interés.

3.3.2. Resumen de las entrevistas

Administradora de redes sociales

Nombre: Marielos Monterroso



"Enfrentamos desafíos como críticas negativas siendo transparentes, reconociendo errores y mejorando continuamente. Tratando de conectar con el cliente y conocer sus necesidades."

La entrevistada subraya su enfoque en manejar críticas negativas de manera transparente y mejorar constantemente. Esto refleja su compromiso con la reputación de la empresa en línea y su atención a las necesidades de los clientes como parte integral de su trabajo en redes sociales.

Figura 1: Resumen de entrevista de administradora de redes sociales

Vendedora

Nombre: Marielos Monterroso



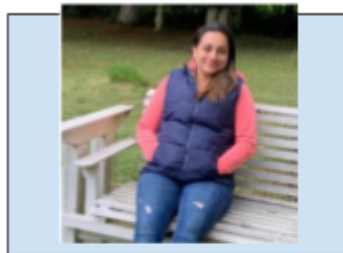
"Respondo a pedidos tan rápido como puedo, especialmente por las tardes, proporcionando información detallada. Utilizó facturas detalladas y documentos transparentes para generar confianza."

La entrevistada enfatiza la rapidez en la respuesta a pedidos y la importancia de proporcionar información detallada. Además, destaca el uso de documentos transparentes para construir la confianza del cliente. Pero enfoca que generalmente responde por la tarde, lo que representa gran parte del día sin responder al cliente,

Figura 2: Resumen de entrevista de vendedora

Encargada de Logística

Nombre: Marielos Monterroso



"Coordinamos los envíos utilizando sistemas eficientes, optimizando rutas para garantizar entregas oportunas."

La entrevistada destaca la eficiencia en la coordinación de envíos y la optimización de rutas como un aspecto fundamental de su responsabilidad.

Figura 3: Resumen de entrevista de encargada de logística

Encargada de Coordinar Envíos

Nombre: Marielos Monterroso



"Como mencioné anteriormente se realizan los envíos por medio de un mensajero de confianza o por Cargo Express."

La entrevistada enfatiza la confianza en los métodos de envío utilizados, ya sea a través de un mensajero de confianza o por medio de Cargo Express. Esto sugiere que prioriza la elección de compañías de envío fiables para garantizar que las entregas se realicen de manera efectiva y que los clientes confíen en el proceso.

Figura 4 : Resumen de entrevista de encargada de coordinar envíos

Diseñadora

Nombre: Aída Monterroso



"Mi enfoque es comprender a fondo las necesidades del cliente, traducéndose en diseños funcionales y estéticamente atractivos que superan sus expectativas."

Aída enfatiza su enfoque en comprender completamente las necesidades del cliente y en traducirlas en diseños que no solo sean funcionales, sino también estéticamente atractivos y que superen las expectativas del cliente. Esto indica su compromiso con la satisfacción del cliente y su capacidad para crear diseños efectivos.

Figura 5: Resumen de entrevista de diseñadora

Contador

Nombre: Gerardo



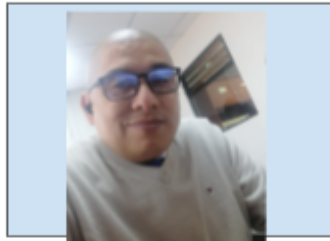
"Utilizo sistemas de contabilidad avanzados y realizo auditorías periódicas para garantizar la precisión en los registros contables y financieros."

Gerardo destaca la importancia de utilizar sistemas avanzados de contabilidad y llevar a cabo auditorías periódicas para asegurar que los registros contables y financieros sean precisos.

Figura 6: Resumen de entrevista de contador

Cliente

Nombre: Alberto Illescas



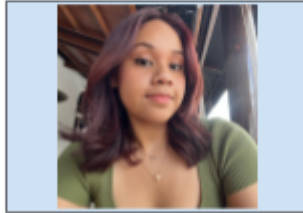
"El proceso de compra en MK ha sido fácil y transparente, desde la navegación en sus redes sociales hasta la finalización de la transacción."

Alberto destaca la facilidad y transparencia del proceso de compra en MK como un aspecto clave de su experiencia positiva. Esto sugiere que la empresa ha logrado proporcionar una experiencia de compra sin complicaciones y transparente para sus clientes.

Figura 7: Resumen de entrevista de cliente

Cliente Potencial

Nombre: Peniel



"He escuchado acerca de la capacidad de personalización de los productos y la diversidad de opciones son aspectos que me han atraído. La idea de tener artículos personalizados es única y atractiva."

Peniel muestra un interés destacado en la capacidad de personalización de los productos y la variedad de opciones ofrecidas por MK. Esto indica que la personalización es un factor clave que atrae a los clientes potenciales y que la empresa ha destacado en este aspecto para captar la atención del cliente.

Figura 8: Resumen de entrevista de cliente

3.3.3. Mapas de empatía

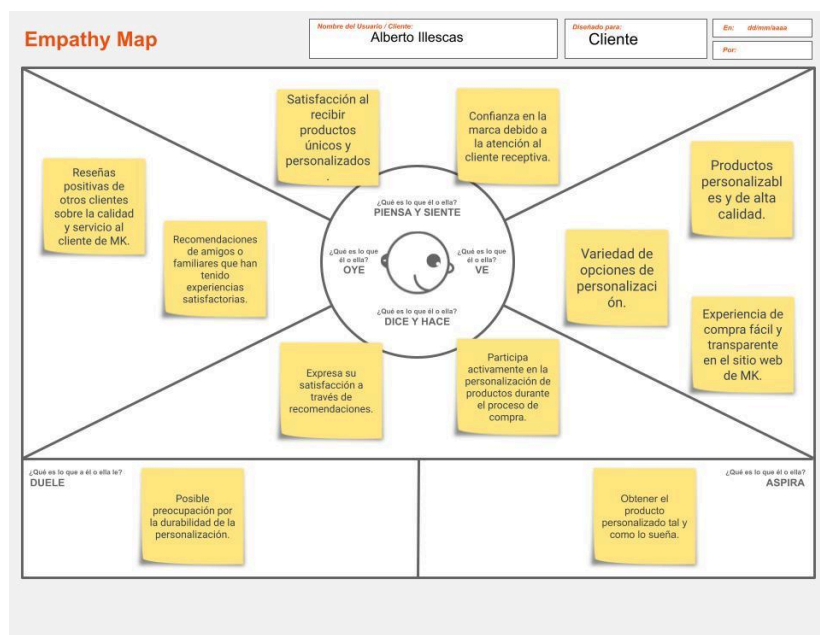


Figura 9: Mapa de empatía de Cliente

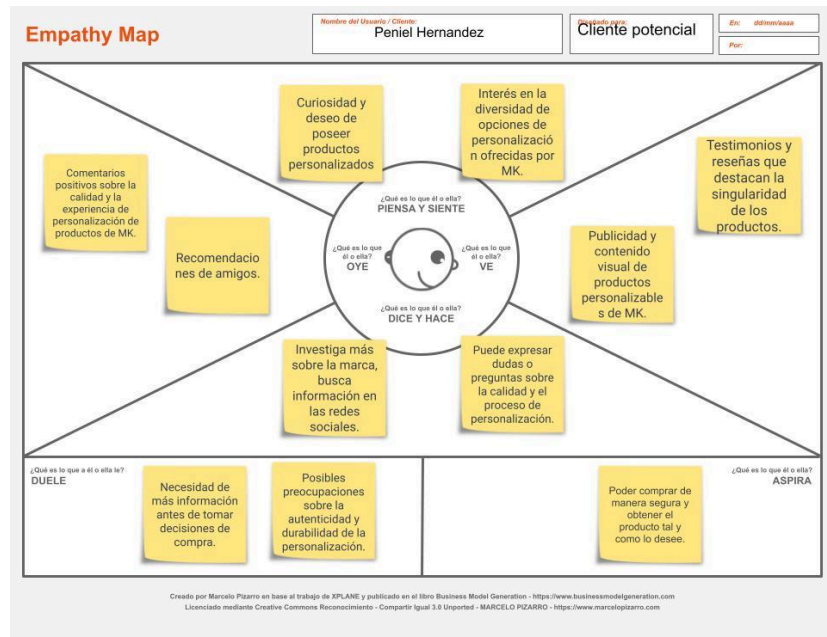


Figura 10: Mapa de empatía de cliente potencial

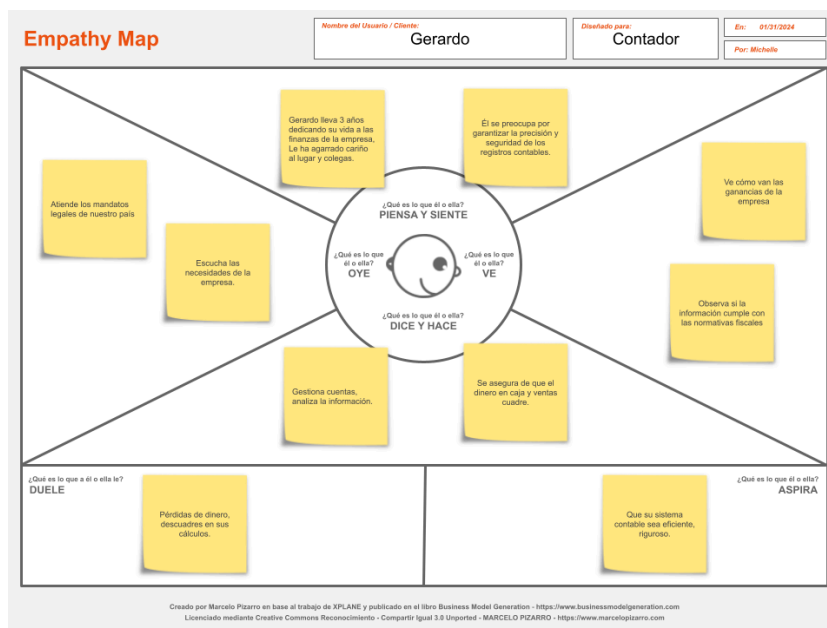


Figura 11: Mapa de empatía de contador

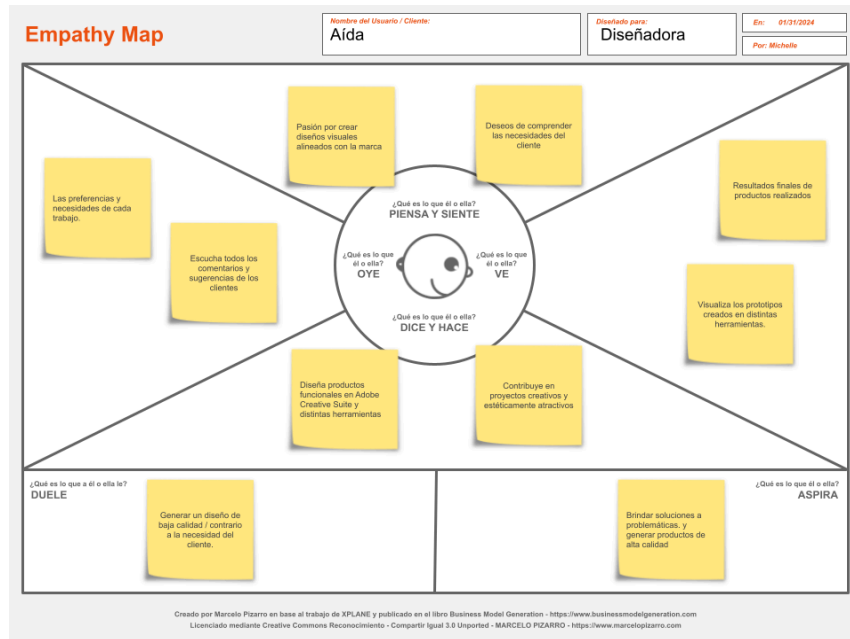


Figura 12: Mapa de empatía de diseñadora

Usuario: Encargada de Coordinar Envíos

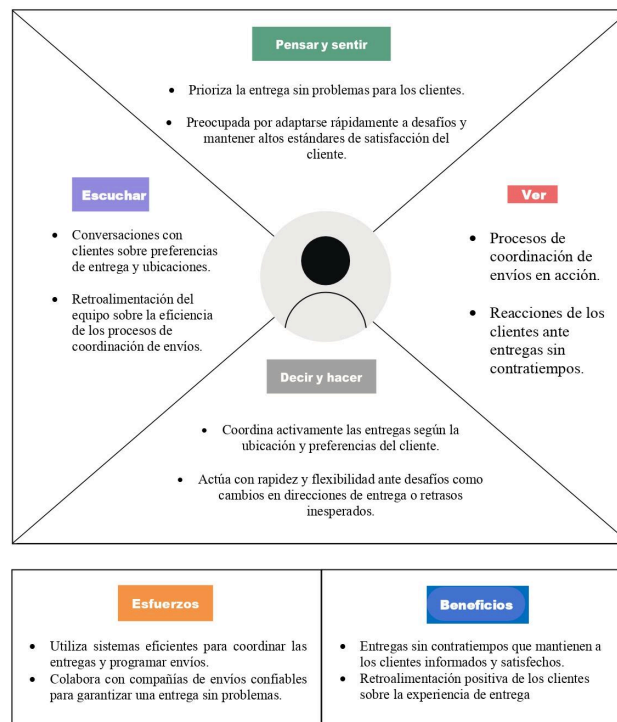


Figura 13: Mapa de empatía de encargada de coordinar envíos

Usuario: Encargada de logística

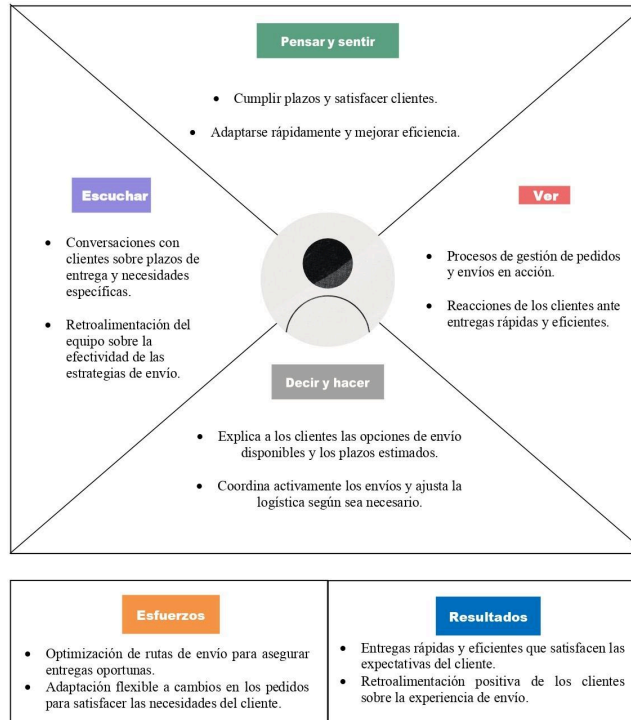


Figura 14: Mapa de empatía de encargada de logística

Mapa De Empatía



Figura 15: Mapa de empatía de la Administradora de Redes



Figura 16: Mapa de empatía de la vendedora

3.3.4. Insights, necesidades y oportunidades

- **Insights**

- **Experiencia positiva en compras:** Los clientes destacan una experiencia positiva en las compras, con alta personalización de los productos.
- **Comunicación abierta:** Los entrevistados mencionaron la importancia de mantener una comunicación abierta con los clientes, estando pendientes de sus necesidades, gustos y preferencias.
- **Calidad:** La calidad de los productos de MK se halago en las entrevistas, por lo que es uno de sus puntos fuertes.

- **Necesidades**

- **Información de precios y calidad:** El cliente potencial expresó la necesidad de obtener información más detallada sobre los precios y la calidad de los productos para tomar decisiones informadas.
- **Mayor difusión:** La forma en que los clientes potenciales se enteraron de MK a través de amigos y familiares destaca la importancia de la difusión boca a boca. Esto podría ser una oportunidad para fomentar aún más la promoción de la marca a través de referencias.

- **Oportunidades**

- **Destacar personalización:** Continuar enfocándose en la capacidad de personalización de productos como un punto clave de venta y diferenciación en el mercado.

- **Mejorar comunicación de precios y calidad:** Continuar enfocándose en la capacidad de personalización de productos como un punto clave de venta y diferenciación en el mercado.
- **Optimizar experiencia de compra:** Seguir mejorando la facilidad y transparencia del proceso de compra en línea para mantener y atraer a más clientes.

3.4. Definición del proyecto.

El proyecto consiste en la creación de una plataforma llamada “MK platform”. Esta plataforma tiene como objetivo principal resolver la problemática encontrada a través de las oportunidades de la falta de información detallada sobre productos y la necesidad de ofrecer a los clientes una personalización detallada y libre de sus productos. MK Platform será una plataforma en línea que ofrecerá una amplia gama de productos personalizables, desde ropa y accesorios hasta productos promocionales y regalos. La plataforma incluirá las siguientes características clave:

- Catálogo de productos detallados: Una extensa colección de productos con descripciones exhaustivas, imágenes de alta calidad y opciones de personalización claramente presentadas.
- Calculadora de precios aproximados interactiva: una herramienta que permitirá a los clientes calcular un precio aproximado de un producto en función de las opciones de personalización elegidas.
- Información transparente: Detalles sobre la calidad, materiales utilizados y procesos de fabricación de cada producto.
- Opiniones y calificaciones: Una sección donde los clientes puedan compartir sus experiencias y opiniones sobre los productos, lo que ayudará a otros compradores a tomar decisiones informadas.
- Capacidad de auto personalización de los productos para un boceto previo.

Anexo

Adjuntamos [aquí](#) el enlace de la presentación del corte 1,.

Adjuntamos [aquí](#) el enlace a github del proyecto.