

NEEDFINDING

INFORME DE LA FASE II – IPO 2026

27 de febrero de 2026

Andrés Bellido Pascual <andres.belpas@usal.es>

Anael González Paz <anael@usal.es>

Tabla de contenidos

Tabla de contenidos.....	1
1. Preámbulo.....	2
2. Metodología.....	3
2.1. Estructura de las preguntas y resumen de resultados.....	3
3. Reflexiones.....	9
4. Elevator Pitch.....	10
4.1. Herramientas empleadas y elaboración.....	10
4.2. Resultado.....	10

1. Preámbulo

En un principio, decidimos repetir el proceso de búsqueda de necesidades, tal y como se realizó en la fase I.

Para tal efecto, hicimos preguntas a nuestro entorno en persona, así como mediante un formulario de Google Forms creado expresamente para ello. Sin embargo, las pocas respuestas que obtuvimos en ese periodo inicial, aludían a conceptos muy genéricos y dispares (desde deseos materiales, como la compra de un coche, hasta asistentes virtuales que ya existen en el mercado).

Por ello, decidimos curar los datos obtenidos tanto en la fase I, como en este periodo inicial, y centrarnos en la búsqueda de necesidades sobre un ámbito concreto: el sueño y el descanso.

2. Metodología

Hemos realizado una encuesta mediante Google Forms para preguntar sobre necesidades que la gente puede tener respecto a la temática del sueño y el descanso, la cual seleccionamos de entre las propuestas más interesantes de la primera práctica de Needfinding.

2.1. Estructura de las preguntas y resumen de resultados

En esta encuesta hemos recibido las respuestas de 18 encuestados. Estos se encuentran en un rango de edades de entre 66 y 14 años; de los cuales el 55% son hombres, el 38% mujeres y el resto prefirió no especificarlo.

Año de nacimiento

18 respuestas

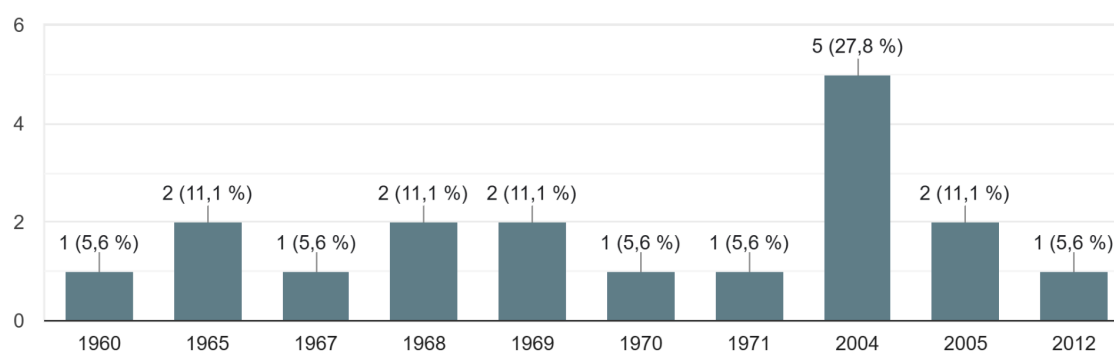


Figura 2.1 – Gráfico de barras del año de nacimiento declarado por los encuestados.

Género

18 respuestas

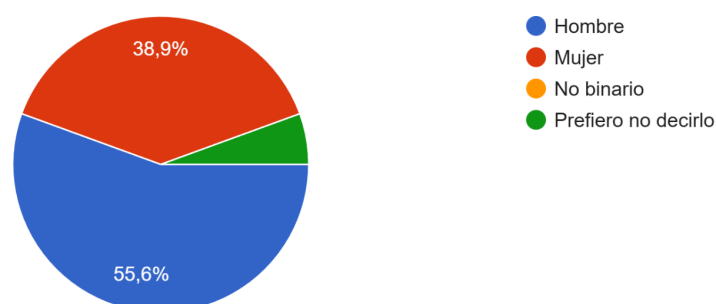


Figura 2.2 – Gráfico circular del género declarado por los encuestados.

A continuación preguntamos a los encuestados sobre con quién viven y cuántas horas suelen dormir normalmente. Los encuestados viven solos en un 22.2% de los casos y con compañía de familiares o amigos cercanos en un 77.8%; nadie vive en piso compartido con gente ajena a su círculo habitual.

En cuanto a la cantidad de sueño diaria, la mitad de los encuestados afirman dormir unas 7 horas diarias, cinco duermen unas 6 horas, dos duermen 4 horas y, por último, dos encuestados dicen dormir 5 horas uno, y 8, el otro.

Estos resultados nos descubren que hay una buena cantidad de personas que se podrían beneficiar de nuestro producto y demuestra que sería una propuesta viable.

¿Habitualmente, vives...?

18 respuestas

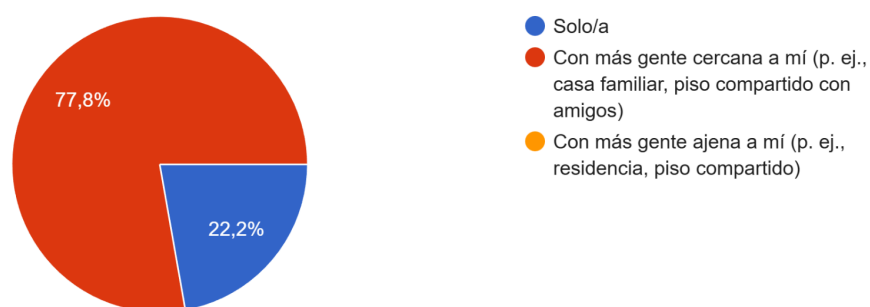


Figura 2.3 – Gráfico circular que representa la situación de convivencia de los encuestados.

¿Cuántas horas duermes aprox. al día?

18 respuestas

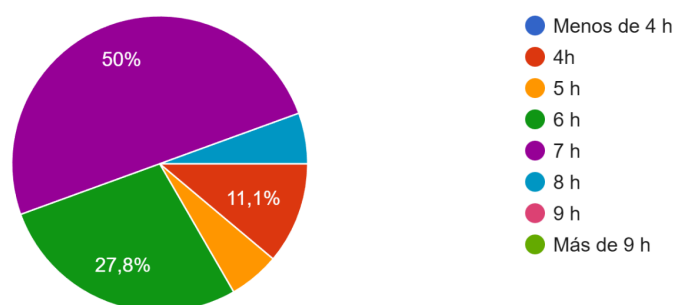


Figura 2.4 – Gráfico circular que engloba las horas de sueño declaradas por los encuestados.

A continuación, preguntamos a los encuestados qué factores creen que afectan en mayor medida a su cantidad y calidad de sueño. Esta pregunta permite múltiples respuestas, incluyendo la opción de especificar su propio factor adicional.

¿Qué factores crees que afectan mayoritariamente a tus hábitos de sueño?

18 respuestas

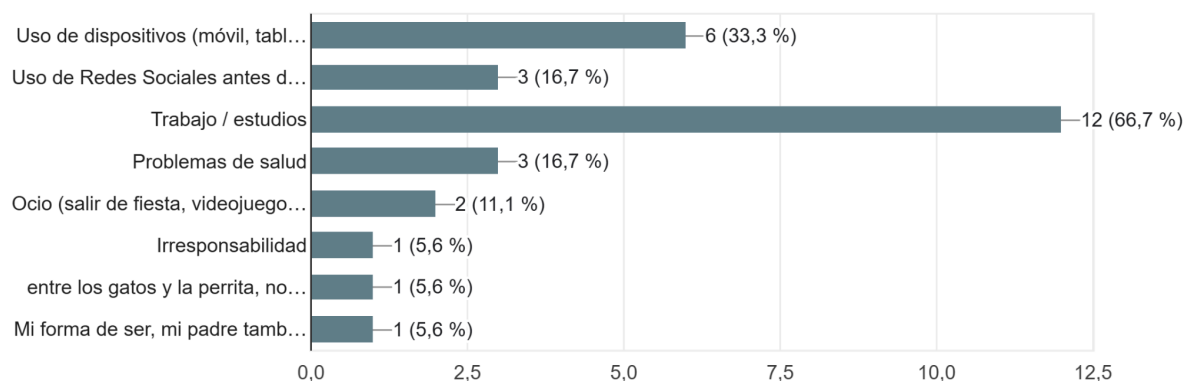


Figura 2.5 – Gráfico de frecuencia de los factores que los encuestados consideran de alta relevancia con respecto a sus hábitos de sueño.

Seis personas respondieron que se debe al exceso del uso de dispositivos, y doce personas, la mayoría, que debido a motivos de trabajo y estudios y sus derivados. Tres personas escogieron el uso de redes sociales y problemas de salud como motivos; y finalmente 2 personas eligieron ocio. Además, los usuarios añadieron como motivos en la opción “otro”: irresponsabilidad al manejar sus horarios, las molestias generadas por las mascotas a la hora de dormir y por último que el dormir poco es algo típico de su familia. Al preguntar, un tercio de los usuarios admiten no tener buenos hábitos de sueño, mientras que los otros dos tercios dicen tener buenos hábitos.

¿Consideras que, por lo general, tienes unos buenos hábitos de sueño?

18 respuestas

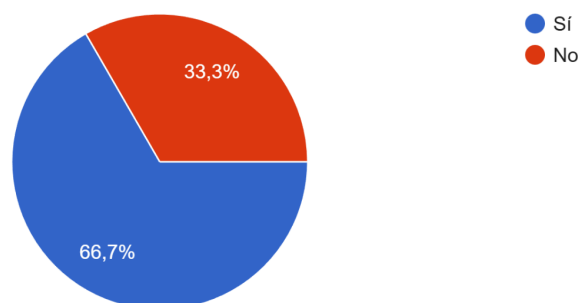


Figura 2.6 – Gráfico circular que expresa la proporción de usuarios que dicen tener buenos hábitos de sueño (en azul) respecto de los que no (en rojo).

La siguiente pregunta que realizamos era opcional y con respuesta libre. Preguntamos si los usuarios tienen alguna idea de cómo mejorar sus hábitos. A esta pregunta respondieron seis personas. Quienes han respondido cuentan como propuestas el acostarse antes, tener unos horarios más constantes y ser más responsable con el sueño. Otro encuestado comenta el reducir el consumo de cafeína en su día a día. También recibimos una respuesta no seria diciendo como solución el dejar los estudios.

A continuación preguntamos cuál es el principal problema que se les ocurre a los encuestados respecto al descanso. Esta pregunta es de respuesta libre también. Varios usuarios contestaron que preocupaciones en su vida o problemas familiares les dificulta conciliar el sueño. También recibimos como respuestas que la temperatura o el ambiente de la habitación o casa son detrimentales para dormir. Otros usuarios dicen como motivos de su mala capacidad para conciliar el dormir, el cenar en exceso, el exceso de cansancio acumulado en el día o las distracciones, incluyendo dispositivos móviles, antes de dormir.

También ha habido encuestados que han puesto como principales problemas efectos secundarios del mal descanso. El despertar inusualmente pronto y con mala sensación corporal y boca seca son los dos casos más destacados.

La siguiente pregunta, de respuesta libre, es sobre qué tecnologías pueden imaginar los encuestados para resolver este problema. Varios encuestados respondieron que no sabían o no podían pensar en una tecnología en concreto. Varios apuntan a una aplicación que les sirva para controlar sus horarios o que bloquee los teléfonos a cierta hora. Y otros proponen algún dispositivo que con música u ondas ayudan a dormir, así como que pudiera ajustar la temperatura o mantener hidratado al usuario durante la noche.

Al preguntar a los encuestados si estarían interesados en adquirir un dispositivo para ayudar a dormir y nos respondieron en un 55,8% que sí lo estarían, un tercio de ellos no lo desearían; y una persona prefiere optar por otros medios alternativos para resolver el problema y otra solo optaría por él si fuera realmente excepcional.

¿Estarías interesado en un dispositivo o aplicación que te ayude a conciliar y mejorar el sueño?

18 respuestas

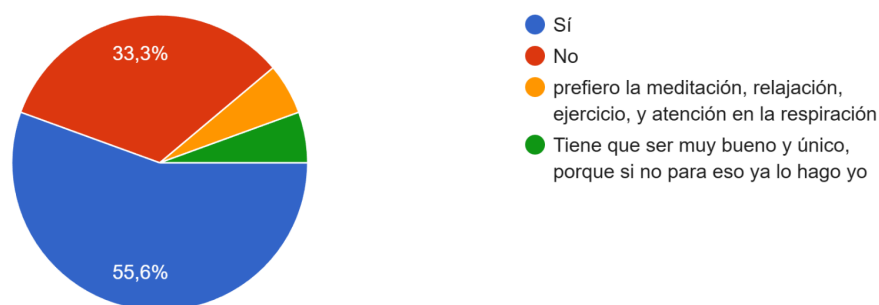


Figura 2.7 – Gráfico circular que contiene las proporciones de usuarios interesados en una tecnología para la mejora del sueño; principalmente sí (en azul), y no (en rojo).

Para la siguiente pregunta ofrecemos múltiples funciones que pudieran querer tener en este hipotético dispositivo. De entre ellas o alguna que comentase que no se encontrase entre las opciones, podía elegir, múltiples respuestas. Entre las respuestas las más votadas fueron el seguimiento de las horas y de los factores biométricos del sueño; la aportación de consejos personalizados al usuario según sus necesidades, y el acondicionamiento o purificación del aire para mejorar la respiración y que sea más fácil dormir.

Los encuestados también ofrecieron como respuestas propias que el aparato pueda contar con música o con estímulos en el sistema nervioso para ayudar. También un usuario contó que es importante que el dispositivo se fije correctamente y que su uso sea tan sencillo como simplemente ponerlo.

¿Qué funcionalidades consideras esenciales para este hipotético dispositivo o aplicación?

18 respuestas

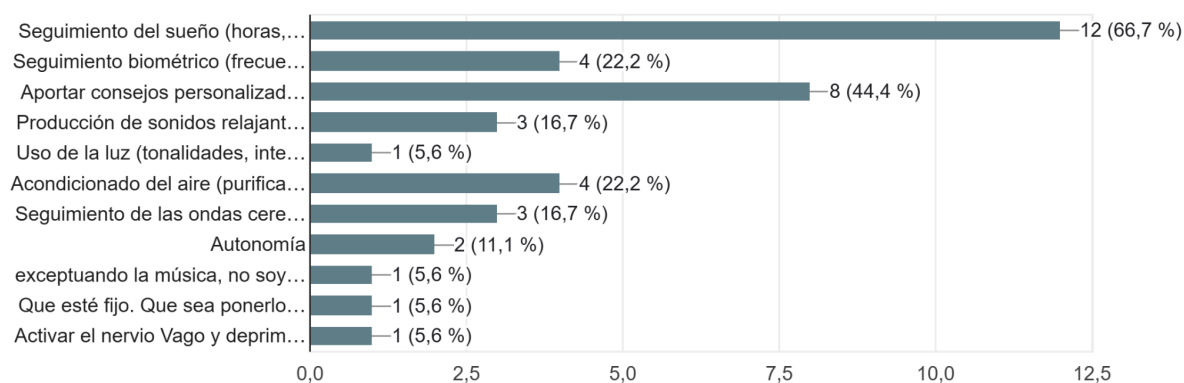


Figura 2.8 – Gráfico de frecuencia de las funcionalidades que los usuarios consideran esenciales en un hipotético producto centrado en la mejora del sueño y del descanso.

Después preguntamos a los encuestados cuánto estarían dispuestos a pagar por este hipotético dispositivo. Las respuestas fueron variadas pero entre ellas destacan el rango de los 100 a 300€ con cinco respuestas, un suscripción de menos de 100€ pero sin dar la propiedad del dispositivo con cuatro respuestas y finalmente el rango de 500 a 1000€ con dos respuestas. Una persona afirmó que no estaría dispuesta independientemente del precio.

Si pudieras permitirte, ¿cuánto estarías dispuesto a pagar, razonablemente, por tal aparato?

18 respuestas

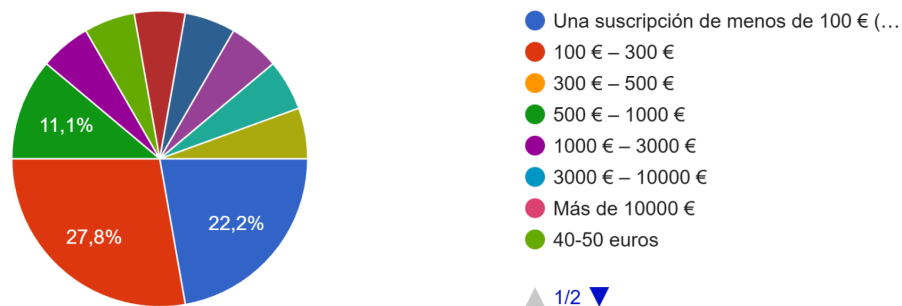


Figura 2.9 – Gráfico circular que contiene los rangos de precio que estarían dispuestos a pagar los encuestados por un producto como el comentado anteriormente.

Como última pregunta, dejamos a los encuestados libremente si tenían alguna otra sugerencia. Esta pregunta era opcional y para ella recibimos 6 respuestas. Una persona dijo que no y otra comentó que este tipo de problemas deben ser resueltos por uno mismo.

Las respuestas positivas incluyen, que ayude a controlar otros problemas relacionados con el dormir como es el sonambulismo que sufre el encuestado o que podría también hacer las funciones de despertador ya que comenta que despertar también es una parte importante del descanso. Por último otro usuario cuenta que ya empleó un sistema similar en el pasado y le gustaría repetir la experiencia con uno de mayor calidad o tecnología más moderna.

3. Reflexiones

Con estos datos, podemos concluir que la mayoría de las personas tiene problemas para descansar (al menos de forma completa) y que una gran parte de ellos estarían dispuestos a adquirir un producto que satisficiera estas necesidades. Esto nos demuestra que su desarrollo sería viable pues cumple con una necesidad real de los usuarios.

También nos enseña la importancia que dan los usuarios a tener una experiencia personalizada basada en sus datos y hábitos, así como una interfaz clara y sencilla de utilizar.

Si bien el método de obtención de respuestas ha sido impersonal (y esto, en parte, puede favorecer a que las personas sean más abiertas a la hora de responder), hemos podido comprobar de primera mano la importancia de hacer bien las preguntas, y diseñar un recorrido que permita guiar a los encuestados para obtener unas respuestas óptimas.

Para ello, hemos hecho uso de las respuestas condicionales (si un encuestado considera que tiene unos buenos hábitos de sueño, quizás no es tan interesante preguntarle cómo podría mejorarlos, pues aunque algunos usuarios sí que podrían dar respuestas profundamente razonadas y de utilidad, es más probable que tener que responder obligatoriamente la pregunta cause una cierta frustración, o haya muchas respuestas de baja calidad, como «Nada», o se abstraiga de su situación personal para dar una respuesta teórica general. Si el encuestado declara que tiene malos hábitos de sueño, es más probable que pueda apuntar a un hecho, situación o hábito personal, que nos es mucho más útil a la hora de conocer qué situaciones experimenta la gente en su día a día.

Estamos también satisfechos con la decisión de no haber incluido un rango de precio por debajo de los 100 € (la opción de menos de 100€ declaraba explícitamente que se trataba de una suscripción en la que nunca se tendría el producto en propiedad). De esta forma, no inducimos al encuestado a contestar la opción más barata, sino que se ve forzado a razonar, o bien a especificarlo explícitamente y por escrito en la opción de «Otro» (como fue el caso de tres encuestados —además de dos personas que declararon explícitamente que no pagarían por ello por no estar interesadas—).

Por último, la muestra no ha sido óptima, pues ha habido un claro sesgo hacia personas de nuestra edad (2004 y 2005), así como mediados de los 60.

Creímos interesante hacer una división entre la gente que vive sola y los que no. De las personas que viven solas, la mitad estaría interesada en un producto, y todas abogan por un rango de precio bajo cerca de los 100€). Sin embargo, debido al tamaño tan pequeño de la muestra, no son resultados concluyentes.

Aunque consideramos que el número de encuestados debería de haber sido mayor, estamos satisfechos con los resultados y respuestas obtenidas y creemos que hemos mejorado con respecto a la primera encuesta más genérica poniendo un foco en las preguntas que ha dado, en nuestra opinión, sus frutos.

4. Elevator Pitch

4.1. Herramientas empleadas y elaboración

En primer lugar, tras los resultados obtenidos del proceso de *Needfinding*, hemos decidido enfocarnos en una aplicación que combine de forma efectiva distintos métodos activos y de seguimiento para ayudar a los usuarios a conciliar el sueño, así como mejorarlo en las distintas etapas de descanso.

Decidimos llamar a este producto *SleepCare*.

Hemos elaborado el Pitch basándonos en la estructura presentada en la herramienta [Elevator Pitch Builder](#), pero enfocado más con un estilo similar al del vídeo visto en clase. Con una presentación inicial y tres puntos que amplían la información del producto. Después añadimos una referencia a las diferencias con la competencia y finalmente una forma de monetización como en el ejemplo de EnvíoExpress de las diapositivas.

4.2. Resultado

Tus problemas para dormir serán cosa del pasado gracias a Sleepcare: un dispositivo que ayuda a conciliar el sueño de forma fiable y sin importar el ambiente en el que se use.

Mediante un aparato de emisión de luz, sonido, e inducción de ondas cerebrales; y una app asociada, SleepCare registra la actividad cerebral y emplea ondas cerebrales para generar un sueño profundo y reparador con facilidad.

Podrás monitorizar cómodamente desde la app los horarios, la calidad y factores que afectan a tu sueño a lo largo de la noche, disfrutando de una experiencia única y altamente personalizada.

No es un mero aparato que emite sonidos relajantes, o ruido blanco; sino que aprovecha activamente todos los medios a su disposición para que logres desvanecerte suavemente en el mundo de los sueños sin necesidad de vigilar constantemente tus hábitos.

SleepCare puede ser adquirido en un único pago, pero también ofrecemos un cómodo modelo de suscripción con el cual el descanso más selecto queda al alcance de todos.