

2022.02.10

Prueba - Aplicando el Design Thinking en la creación de un sitio web o app de e-commerce  
Ignacio Espinosa

Mejorar la App de Delivery  
Restaurante Niu Sushi

1. Identificar quiénes son los usuarios del producto o servicio. Obtener la información necesaria sobre los usuarios para definir sus perfiles a grandes rasgos. (2 Puntos).

a. Perfiles:

i. “Pedro Pablo: El perrito zorrón”

SEXO	Masculino
EDAD	25 a 30 años
ESTADO CIVIL	Soltero
PROFESIÓN	Ingeniero comercial
SITUACIÓN LABORAL	Ingresando al mercado laboral
HIJOS	0
NIVEL SOCIOECONÓMICO	ABC1
COMUNA	Las Condes

ii. “Francisco Papá de 2 hijos”

SEXO	Masculino
EDAD	35 a 40 años
ESTADO CIVIL	Casado
PROFESIÓN	Ingeniero civil
SITUACIÓN LABORAL	Consolidándose en su carrera profesional
HIJOS	2
NIVEL SOCIOECONÓMICO	ABC1
COMUNA	Lo Barnechea

iii. “Coni la Mamá que hace yoga”

SEXO	Femenino
EDAD	30 a 38 años
ESTADO CIVIL	Casada
PROFESIÓN	Psicóloga
SITUACIÓN LABORAL	Emprendedora como profesora de yoga
HIJOS	2
NIVEL SOCIOECONÓMICO	ABC1
COMUNA	Lo Barnechea

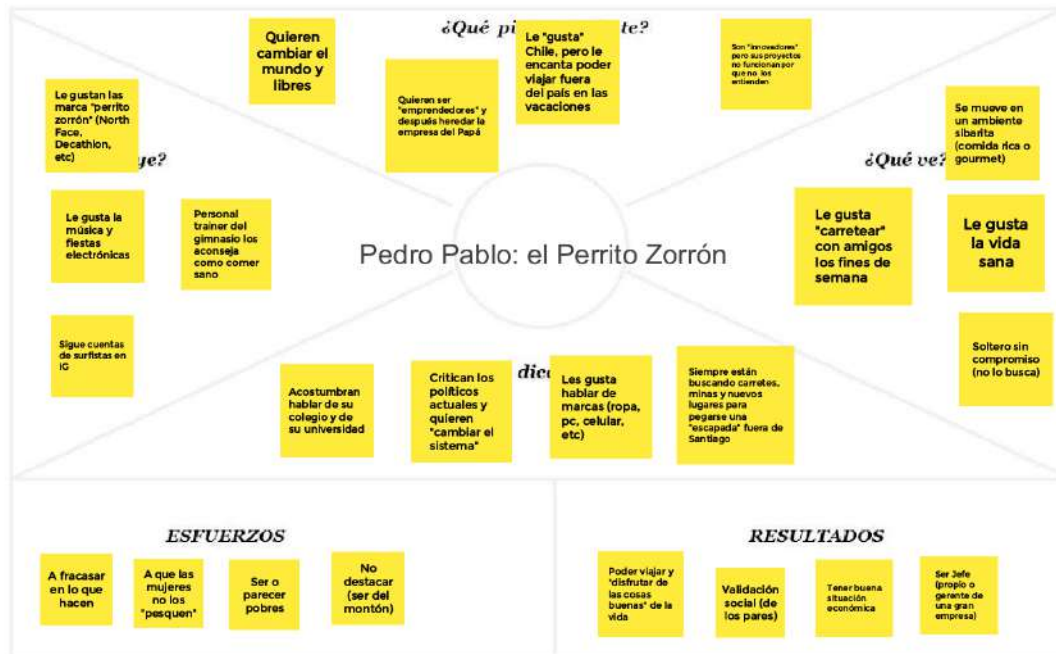
b. Observación contextual:

Según el comportamiento observado de los clientes de Niu Sushi, tanto que usan la propia página web o la plataforma de Pedidos Ya, podemos concluir lo siguiente:

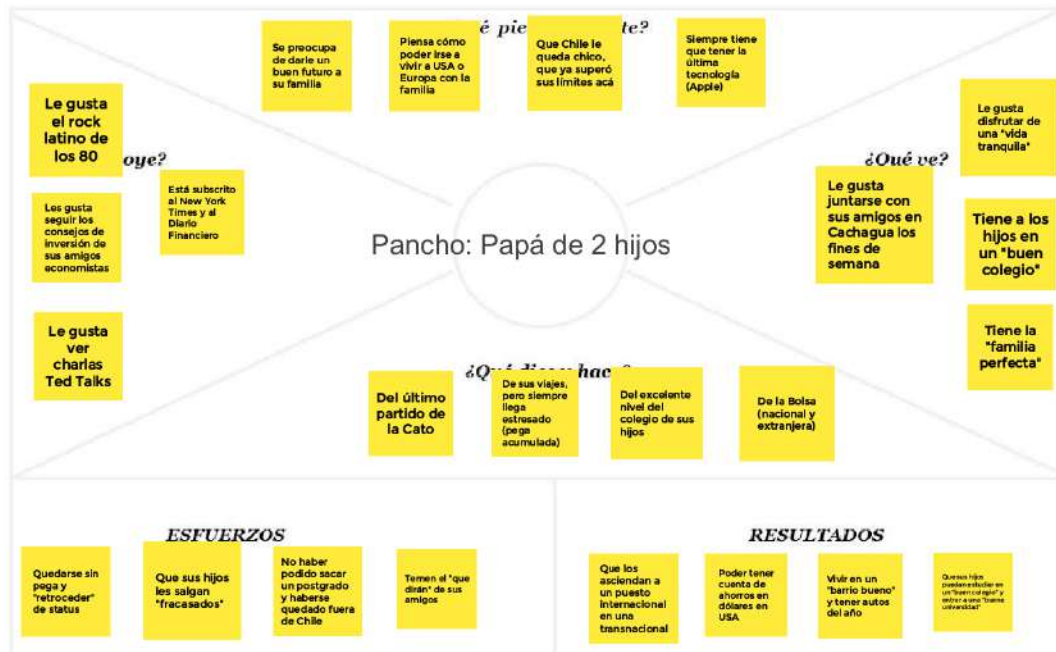
- La página web móvil no permite crear un usuario nuevo, solo en la página web de PC.
- La central telefónica de toma de pedidos suele colapsar por el volumen de llamadas que se reciben, lo cual imposibilita muchas veces hacer un pedido por parte del cliente.
- No hay un control de los productos 86 (no disponibles) en el día, por lo cual los pedidos suelen llegar cambiados o deben cancelarse.
- No cuentan con una app nativa de pedidos, y por la página web, no cuenta con la funcionalidad de seguimiento (rastreo) de pedidos.
- Con la estructura actual, la única forma de modificar los pedidos (ejemplos: ingredientes) es a través de vía telefónica.
- La página web no permite estipular propina para los motoristas a cargo del delivery, por lo cual, la suelen exigir directamente al cliente.
- La página web no admite dejar comentarios al pedido, imposibilitando la customización del pedido por parte del cliente.
- Cuando el restaurante cancela el pedido, sólo se envía un mail informando al cliente horas después de que efectivamente se canceló, por lo cual el cliente no es informado oportunamente.
- No se posee un control de gestión para equilibrar la cantidad de pedidos aceptados y la capacidad real de producción.

2. Empatizar con los usuarios, poniéndose en sus zapatos y entendiendo sus necesidades, frustraciones, miedos y expectativas. Realizar un Mapa de Empatía para dos o más de los perfiles de usuario identificados. (2 Puntos)

a. Pedro Pablo:



b. Francisco:



c. Coni:



3. Crear la User Persona o Arquetipo del perfil de usuario que queremos abordar específicamente y definir su necesidad principal como problema a resolver. Crear preguntas ¿Cómo podríamos?. (2 Puntos)

a. Primero organizar las necesidades obtenidas de la fase de Empatía:

CONSOLIDACIÓN INFORMACIÓN (FASE EMPATÍA EMPATÍA)		
USUARIO	NECESIDAD	INSIGHT
Pedro Pablo: El perrito zorrón	Comprar cosas de marca, viajar y consumir servicios que están de moda.	Poder disfrutar de las "cosas buenas" de la vida.
Pedro Pablo: El perrito zorrón	Mostrarse interesante para las "minas", amigos y conocidos.	Ser validado socialmente por sus pares.
Pedro Pablo: El perrito zorrón	Ganar plata o invertirla (adquirir propiedades, acciones, etc).	Disfrutar de una buena situación económica.
Pedro Pablo: El perrito zorrón	Abrir su propia empresa y ser su propio jefe.	Determinar el rumbo de su vida él mismo, sin injerencias de terceros.
Francisco: Papá de 2 hijos	Ser exitoso en el ámbito profesional.	Tener estabilidad y proyección laboral en una gran empresa.
Francisco: Papá de 2 hijos	Sentirse económicamente seguro, independiente de lo que pase en el País.	Invertir capitales fuera de Chile.
Francisco: Papá de 2 hijos	Tener el estatus social que él piensa que se merece.	Comprarse una casa en un "buen barrio" y cambiar el auto todos los años.
Francisco: Papá de 2 hijos	Sentir orgullo de su legado personal y familiar.	Dar una buena educación escolar y universitaria a sus hijos.
Coni: La Mamá que hace yoga	Concientizar a sus círculo cercano sobre cómo estamos dañando al Planeta, y cómo podemos aportar para revertir eso.	Transformar a todo su entorno en veganos.
Coni: La Mamá que hace yoga	Mostrar que aún hoy en día se puede tener una vida familiar correcta y sana.	Tener un matrimonio ejemplar y estable.
Coni: La Mamá que hace yoga	Compartir la paz espiritual que ella tiene, para crear un mundo mejor.	Volverse una influencer de "luz" en las RRSS.
Coni: La Mamá que hace yoga	Conectar con su gran espiritual acompañada de sus amigas que son pilares en su vida.	Hacer un retiro espiritual con sus amigas por el sudeste asiático.

### Mapa de Afinidad



b. Con eso llegamos a nuestro User Persona:

## Constanza la Yogi



**Puesto**  
Fundadora de su emprendimiento

**Edad**  
Entre 35 y 44 años

**Nivel de educación más alto**  
Licenciatura

**Redes sociales**

**Industria**  
Cuidado de la salud

**Tamaño de la organización**  
Trabajador independiente

**Canal favorito de comunicación**  
Whatsapp, Instagram y Zoom principalmente, luego en segunda opción Facebook y Twitter

**Herramientas que necesita para trabajar**

- Sistemas de gestión de contenido
- Correo electrónico
- Servicios de almacenamiento en la nube
- Programas de procesamiento de texto

**Responsabilidades laborales**  
Hacer clases de yogi, y subir contenido relacionado a su perfil público de RRSS

**Su trabajo se mide en función de**  
Cantidad de alumnos mensual y en el aumento de seguidores mensualmente en Instagram

**Su superior es**  
No tiene (es su propia jefa)

**Metas u objetivos**  
Aumentar sus seguidores en Instagram y seguir capacitándose como Yogi

**Obtiene información a través de**  
En internet, RRSS y cursos de yoga

**Dificultades principales**

- Relaciones y comunicaciones con el cliente
- Gestión de proyectos y falta de organización
- Resolución de problemas y toma de decisiones
- Desarrollo profesional

c. Definición del Problema: Punto de Vista (POV):

Coni la Yogi necesita generar y potenciar el área de vida sana de Niu Sushi para que las personas puedan disfrutar del sushi con un estilo de “vida sana”, protegiendo a los animales y el Planeta.

d. Preguntas ¿cómo podríamos?:

¿Cómo podemos lograr que la comunidad vegana conozca el área de vida saludable que está gestionando Coni la Yogi en Niu Sushi?

¿Cómo podemos potenciar la visibilidad y consumo del área de vida saludable dentro de la clientela de Niu Sushi?

¿Cómo podemos presentar de forma atractiva el área de vida saludable dentro de la página y app de Niu Sushi?

¿Cómo podemos relevar la importancia de consumir los productos y servicios del área saludable dentro de la clientela de Niu Sushi?

4. Generar una gran cantidad de ideas que permita solucionar el o los problemas definidos anteriormente. Seleccionar las mejores ideas. (2 Puntos)
  - a. Comenzamos con las siguientes herramientas para definir ideas.

#### Peor idea posible

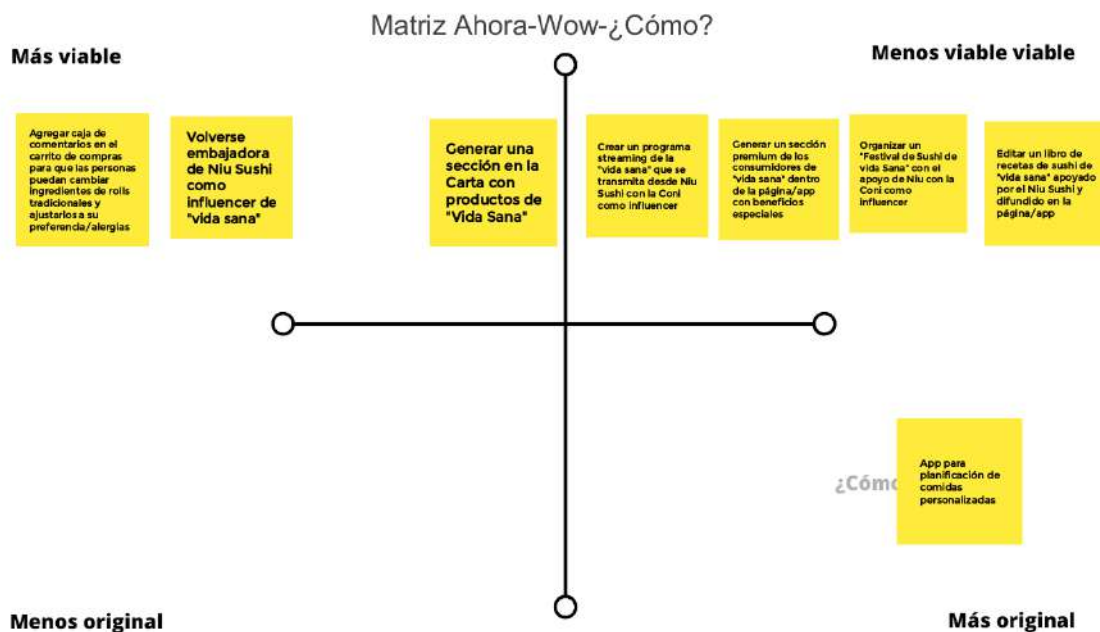
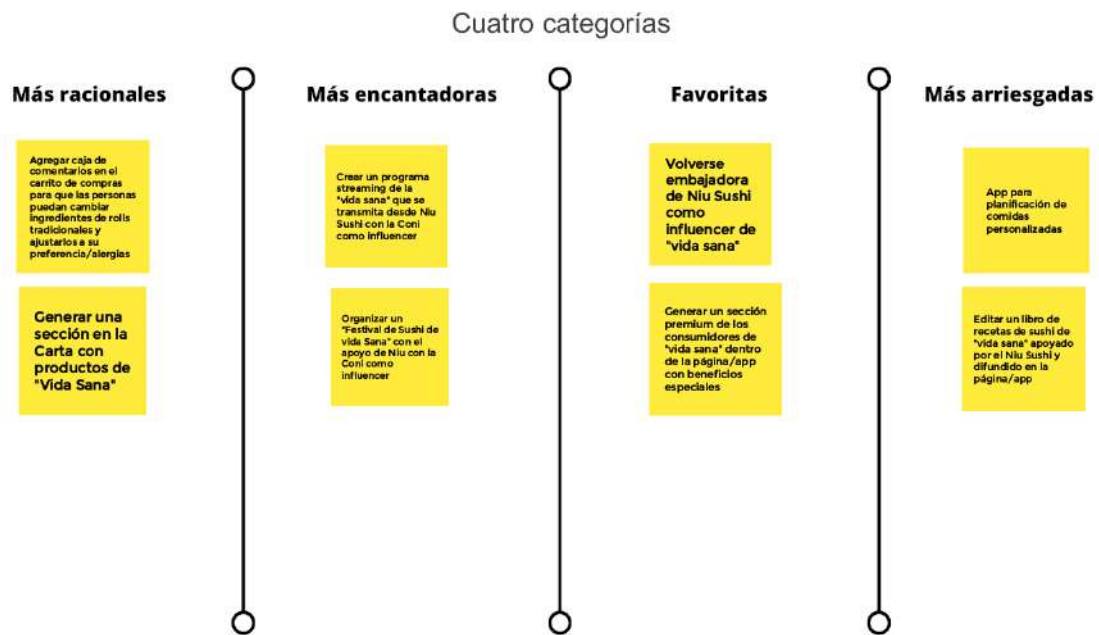


#### Brainstorming híbrido





- b. Para selección las ideas que vamos a prototipar, utilizamos las siguientes técnicas:



- c. Elección de las soluciones: en vista de las preguntas estipuladas en el formato "¿Cómo podríamos?", elegimos las siguientes soluciones para esta etapa de ideación:
- Convertir a Coni en embajadora de Niu Sushi del área de vida saludable.



- ii. Crear la sección en la carta de Niu Sushi de “Vida Saludable”.
  - iii. Crear versión premium de la app para los consumidores de “vida saludable” para que tengan acceso a información y beneficios preferenciales.
5. Materializar las soluciones ideadas en un prototipo. (2 Puntos) (De manera opcional, se sugiere someterlo a pruebas con usuarios para comprobar si satisface las necesidades del usuario):
- a. Prototipo Coni Embajadora: Storyboard:
    - i. En Niu se ve a la Coni iniciando el Festival Online de Sushi “Vida Saludable”.
    - ii. En Niu se ve a la Coni subiendo una historia en vivo en IG invitando a sus seguidores a comprar en el Festival.
    - iii. Se ve a 3 mujeres haciendo yoga que revisan la historia de la Coni.
    - iv. Se ve a una de esas mujeres entrando a la app en su cel y comprando en el Festival.
    - v. En Niu llega el pedido a la cocina, que lo empieza a preparar.
    - vi. Se ve al delivery yendo a dejar el pedido.
    - vii. Pedido llega a la casa de las mujeres quienes celebran el Sushi de “Vida Sana”.
    - viii. La mujer que hizo el pedido, sube una historia en IG agradeciendo a la Coni por el “dato” del Festival.

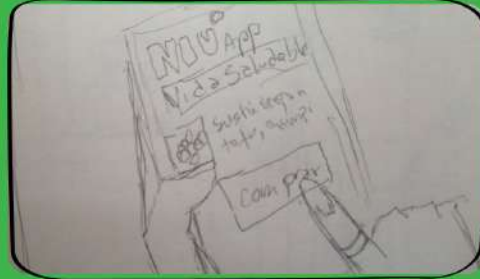
#### STORYBOARD:



## ✦ CONI LA INFLUENCER DE NIU SUSHI ✦



- \* 3 seguidoras, que hacen yoga, ven la historia de Coni en IG



- \* Una de esas seguidoras entra a la APP para hacer un pedido en el Festival que la Coni está difundiendo

## ✦ CONI LA INFLUENCER DE NIU SUSHI ✦



- \* Llega el pedido a Niu Sushi, y la cocina lo empieza a preparar



- \* El delivery sale rápidamente a hacer la entrega del pedido

## ✦ CONI LA INFLUENCER DE NIU SUSHI ✦



- \* El pedido es entregado y las mujeres celebran poder comer sushi "Vida Sana"



- \* La seguidora que hizo el pedido, sube una historia agreciéndole a la Coni el dato del Festival

- b. Prototipo Sección de vida sana de la carta: Sketch o Diagrama:
- i. Rolls.
  - ii. Platos.
  - iii. Bebestibles

# Vida Sana



## Rolls

Lorem Ipsum	\$1254
Dolor sit amet	\$1254
Consequatur odio	\$1254

## Platos

Lorem Ipsum	\$1254
Dolor sit amet	\$1254
Consequatur odio	\$1254



## Jugos y bebidas

Lorem Ipsum	\$1254
Dolor sit amet	\$1254
Consequatur odio ut autem	\$1254

- iv. Prototipo App Premium: Wireframe:
- v. Secciones App Premium (Suscripción):
  - 1. Hacer pedidos:
    - a. Mostrar sección de vida saludable principalmente.
    - b. Opción de personalizar el pedido.
    - c. Pago y gestión de propinas.
    - d. Rastreo de pedidos (delivery).
  - 2. Beneficios:
    - a. Cupón de descuentos.
    - b. Promociones y sorteos.
    - c. Invitaciones a eventos especiales.
  - 3. Tips de vida saludable:
    - a. Blog informativo.
    - b. Sección de vídeos cortos.
    - c. Visibilizar a la influencer Coni.
  - 4. Menú saludable personalizado:
    - a. Genera tu menú personalizado.
    - b. Genera tu rutina personalizada de deporte.
    - c. Programa la entrega de tu menú personalizado (costo adicional).





