ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA

TOULOUSE LAUTREC

Diseño De Un Producto Digital Interactivo Para Estimular El Consumo Físico De Kombucha Sativa Brew

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN PUBLICIDAD Y MARKETING DIGITAL

PRESENTADA POR:

Lorena Melissa Susanibar Tito
DNI: 72634644, Perú

Katherine Lizbeth Gomez Narvaez
DNI: 75725640, Perú

ASESOR:

Rodrigo Leonardo Rivera Lozano
DNI: 72900802, Perú
(https://orcid.org/0009-0005-7744-9249)

JURADO:

Espinoza Gomez Silvana Tabata

Ramírez Guzmán Daniel Carlos

Pérez Ortiz Johan Alexander

Lima, enero 2026

INFORME-0000022628-0000019519-Susanibar-Gomez.docx

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:549269392

Fecha de entrega
25 ene 2026, 4:10 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
25 ene 2026, 4:27 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
INFORME-0000022628-0000019519-Susanibar-Gomez.docx

Tamaño del archivo
7.4 MB

60 páginas

7671 palabras

44.422 caracteres

16% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

5%	Fuentes de Internet
1%	Publicaciones
14%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.° de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Dedicatoria

A mi familia por su apoyo incondicional.

Agradecimiento

A mis maestros, por su orientación constante y por impulsar mi desarrollo con cada lección compartida.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general **1**

1.1 Título del Proyecto de Innovación 1

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 1

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 3

II. Descripción de la innovación **4**

2.1 Planteamiento del Problema 4

2.2 Población beneficiaria 5

2.3 Objetivo(s) del proyecto 7

2.4 Marco referencial 8

2.5 Proceso creativo y experimentos 10

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 10

2.5.2 Información sobre el Mercado 12

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 14

2.5.4 Diseño de producto/servicio 17

2.5.5 Modelo de Negocio 20

2.5.6 Resultados esperados 22

2.5.7 Prototipos desarrollados 23

2.5.8 Experimentos 26

2.5.9 Descripción de la solución innovadora 32

III. Estimación de costos **35**

3.1 Presupuesto 35

IV. Conclusiones y recomendaciones **39**

4.1 Conclusiones 39

4.2 Recomendaciones 39

V. Referencias Bibliográficas 40

VI. Anexos 42

6.1 Encuestas 42

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 *Presupuesto general* 35
Tabla 2 *Presupuesto del personal dividido en 3 meses* 37
Tabla 3 *Presupuesto de los servicios empleados para el proyecto de innovación* 38
Tabla 4 *Resumen del presupuesto puntual* 38

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 *Herramienta de Árbol de problemas* 4
Figura 2 *Herramienta de mapa de actores* 6
Figura 3 *Arquetipo de usuario* 11
Figura 4 *Ruta para conceptualizar* 14
Figura 5 *Propuesta de valor* 16
Figura 6 *Tablero de modelo de negocio* 20
Figura 7 *Aplicación de Sativa Brew* 24
Figura 8 *Check list del prototipado* 25
Figura 9 *Tablero UX* 27
Figura 10 *Tabla receptora* 29
Figura 11 *Experimentación Ágil* 31

I. Información general

1.1 Diseño de un producto digital interactivo para estimular el consumo físico de Kombucha Sativa Brew

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto innovador titulado “Diseño de un producto digital interactivo para estimular el consumo físico de kombucha Sativa Brew” se lleva a cabo en el ámbito estratégico de la innovación digital aplicable al marketing experiencial y en el sector de bebidas saludables y productos fermentados. Esta iniciativa tiene como objetivo abordar el escaso conocimiento que los consumidores tienen sobre la kombucha y la débil presencia digital de la marca Sativa Brew, un desafío que impacta su posicionamiento y limita el consumo en las tiendas físicas. La propuesta está enfocada en un público objetivo que incluye a jóvenes y adultos de entre 25 y 45 años, quienes consumen productos naturales, son deportistas, estudiantes o profesionales interesados en el bienestar y estilos de vida saludables.

Para su implementación se utilizaron metodologías de Design Thinking, priorizando un enfoque en la investigación centrada en el usuario y la validación temprana de la idea. Se dieron uso a herramientas como arquetipos, mapeo de actores, mapeo de trayectorias, propuesta de valor y modelo de negocio, lo que permitió entender el comportamiento del mercado, las necesidades de los usuarios y las oportunidades de mejora en la experiencia digital. Estas fases facilitaron la definición del concepto innovador, la organización de la propuesta y la validación de hipótesis a través de un proceso iterativo fundamentado en datos.

La propuesta innovadora consiste en una plataforma interactiva que combina contenido educativo, un asistente virtual llamado SatiBot, una sección dinámica sobre sabores y un mapa geolocalizado con puntos de venta físicos, fusionando diseño UX, ligeras dinámicas de gamificación y características enfocadas en enriquecer la experiencia del usuario. Este es un producto digital tanto informativo como experiencial, que busca eliminar barreras informativas, facilitar la identificación de tiendas asociadas y promover decisiones de compra más conscientes y alineadas con el bienestar. Desde la perspectiva del triple impacto, esta propuesta aporta valor social al ofrecer educación nutricional accesible, económico al impulsar conversiones sin necesidad de aumentar la infraestructura física y ambiental al sustituir materiales impresos por medios digitales.

Para la fase de prueba, se creó un prototipo navegable en Figma, que fue evaluado a través de una encuesta realizada a 50 usuarios interesados en bebidas saludables. Los participantes pudieron explorar la página de inicio, la sección de productos, el chatbot y el mapa de ubicaciones. Los resultados muestran una buena aceptación del diseño visual, claridad en la información y una alta utilidad del mapa de puntos de venta. El 82% de los encuestados señaló que la plataforma facilita la comprensión del producto, el 76% lo consideró fácil de navegar y más del 70% afirmó que el diseño incentiva el deseo de compra en la tienda. También se detectaron áreas de mejora, como optimizar los recorridos internos y reforzar las funcionalidades del asistente digital.

Se llega a la conclusión de que la solución presentada demuestra su efectividad como herramienta para aumentar la visibilidad y el recuerdo de la marca Sativa Brew, además de conectar la experiencia digital con las compras en tiendas físicas. Se sugiere seguir con la

optimización del mapa interactivo, mejorar el chatbot y desarrollar un sistema de recompensas que impulse la fidelización del usuario.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

El presente proyecto se desarrolla en Lima, Perú, en un contexto donde las tradiciones de consumo natural y las preferencias por estilos de vida saludables han adquirido una relevancia creciente entre los jóvenes y adultos urbanos. El país cuenta con una amplia cultura de bebidas naturales y fermentadas, como la chicha de jora elaborada a partir de maíz y el masato en la selva, producciones artesanales de gran valor cultural. Asimismo, bebidas tradicionales como la chicha morada, el emoliente y diversas infusiones continúan reflejando una fuerte valoración hacia lo natural y lo ancestral por parte de los consumidores. Esta tendencia sociocultural se complementa con un aumento en la búsqueda de productos saludables: el 62% de los peruanos afirma mantener una alimentación basada en ingredientes frescos y nutritivos, y el 71 % está dispuesto a pagar un precio mayor por alternativas que contribuyan a su bienestar.

En este panorama, Sativa Brew participa del creciente mercado de bebidas saludables mediante la distribución de kombucha en tiendas orgánicas y supermercados especializados. Sin embargo, la marca enfrenta limitaciones para consolidar su presencia debido al escaso conocimiento del público sobre los beneficios de la kombucha y a su insuficiente posicionamiento digital, lo que dificulta la diferenciación frente a competidores del sector.

Esta problemática afecta directamente la visibilidad del producto y, en consecuencia, su nivel de consumo físico en puntos de venta.

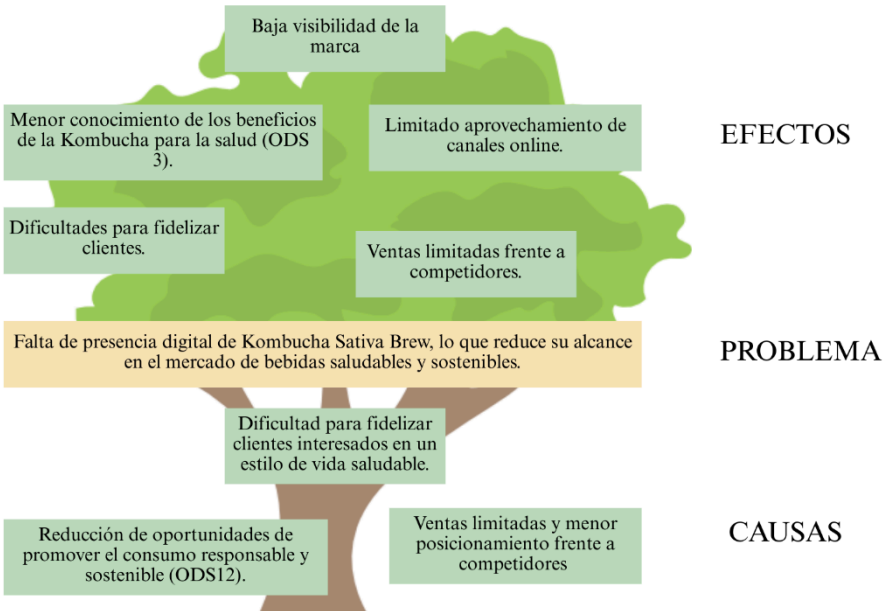
El proyecto responde a dicha necesidad mediante el diseño de un producto digital interactivo que facilite el acceso a información clara y relevante sobre la kombucha, al mismo tiempo que optimiza la identificación de puntos de venta a través de un sistema de geolocalización. Esta herramienta busca fortalecer la conexión entre la experiencia digital y la compra presencial, incrementando la recordación de la marca y promoviendo decisiones de consumo más informadas. De este modo, la propuesta no solo aborda una problemática local vinculada a la falta de visibilidad y educación del consumidor, sino que también se alinea con la creciente demanda de soluciones digitales que promuevan hábitos saludables y potencien el desarrollo del mercado de bebidas naturales en el país.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

Figura 1

Herramienta Árbol de problemas



Nota. *Elaboración Propia*

Qué ocurre: La marca Sativa Brew no cuenta con suficiente presencia digital ni reconocimiento en el mercado peruano, lo que dificulta su posicionamiento frente a otras bebidas saludables.

Causas: Bajo nivel de conocimiento de los beneficios de la kombucha, lo que limita el posicionamiento de Sativa Brew en el mercado.

Consecuencias: Baja recordación de marca frente a competidores con mayor presencia digital, dificultad para posicionarse como referente en el segmento de bebidas saludables y bajo nivel de conocimiento de la kombucha Sativa Brew, lo que disminuye el interés de consumo.

Efectos adversos: Pérdida de clientes potenciales interesados en bebidas saludables y menor crecimiento de ventas frente a competidores con mayor presencia en el mercado.

Impacto ambiental (ODS):

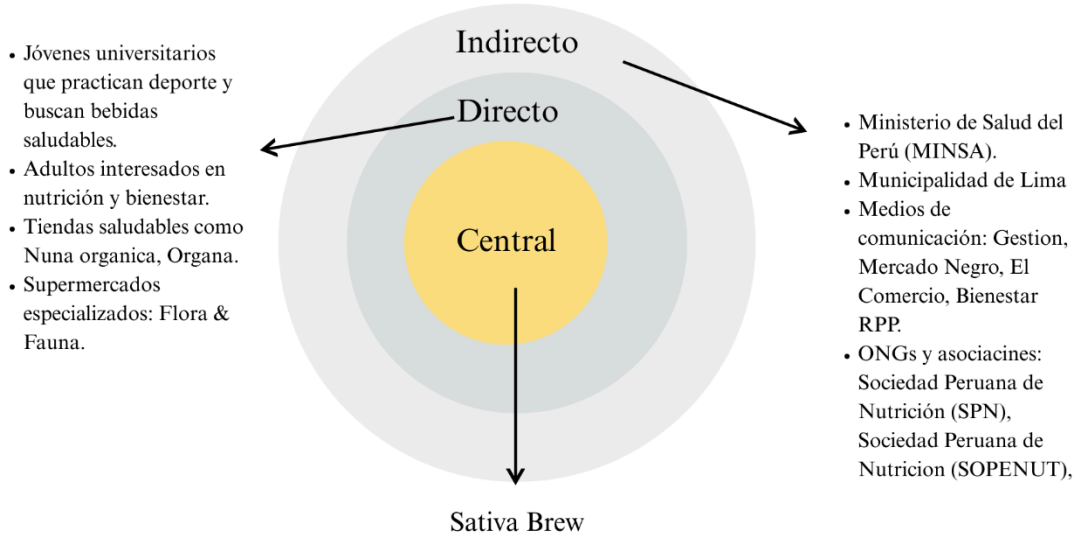
ODS 3: Salud y Bienestar al promover el consumo de productos naturales fermentados como alternativa a las bebidas azucaradas, incentivando hábitos saludables y una mayor conciencia sobre la nutrición preventiva.

ODS 12: Producción y Consumo Responsables, al proponer una solución digital que reduce el uso de materiales físicos en la promoción y distribución, y optimiza la conexión entre consumidores y puntos de venta mediante herramientas tecnológicas. De esta forma, la iniciativa no solo impulsa la sostenibilidad ambiental, sino también la eficiencia operativa y la educación del consumidor.

2.2 Población beneficiaria

Figura 2

Herramienta de mapa de actores



Nota. *Elaboración Propia*

La población beneficiaria del proyecto está conformada por tres niveles de impacto: central, directo e indirecto. En el nivel central, se encuentra la marca Sativa Brew, principal beneficiaria de la propuesta digital, ya que la plataforma interactiva permitirá fortalecer su presencia en el mercado, mejorar su visibilidad y facilitar el consumo físico de su kombucha en puntos de venta especializados.

En el nivel directo, el proyecto beneficia a los jóvenes universitarios que practican deporte y buscan alternativas saludables, así como a adultos interesados en nutrición, bienestar y consumo consciente, quienes representan el público más proclive a incorporar bebidas fermentadas como la kombucha en su rutina diaria. De igual modo, se incluyen a las tiendas saludables como Nuna Orgánica y Organa y a los supermercados especializados, como Flora &

Fauna, que forman parte de la red de distribución y se verán favorecidos por un incremento en la afluencia de consumidores informados mediante la plataforma digital.

Finalmente, en el nivel indirecto, se consideran instituciones y actores que, sin participar directamente en la experiencia de uso, podrían verse favorecidos por el fortalecimiento del consumo saludable. Entre ellos destacan el Ministerio de Salud (MINSA) y la Municipalidad de Lima, actores que promueven iniciativas orientadas al bienestar ciudadano. Asimismo, los medios de comunicación especializados como Gestión, Mercado Negro, El Comercio y Bienestar RPP se benefician al disponer de información digital más accesible y estructurada sobre el mercado de bebidas saludables. También se incluyen ONGs y asociaciones vinculadas a la nutrición y la salud, como la Sociedad Peruana de Nutrición (SPN) y la Sociedad Peruana de Nutrición (SOPENUT), que podrían utilizar este proyecto como referencia para impulsar iniciativas relacionadas con la educación alimentaria y el consumo responsable.

De esta manera, el proyecto impacta de forma escalonada y multidimensional, fortaleciendo la relación entre consumidores, comercios aliados, instituciones y la marca Sativa Brew, promoviendo un ecosistema de bienestar, sostenibilidad y educación en torno al consumo de kombucha en Lima Metropolitana.

2.3 Objetivo(s) del proyecto

Objetivo general:

Desarrollar una plataforma digital interactiva para la marca Kombucha Sativa Brew, orientada a incentivar el consumo físico del producto y a impulsar el incremento de ventas

en tiendas orgánicas y supermercados especializados. La propuesta integrará recursos de marketing experiencial, dinámicas de gamificación y metodología centrada en las necesidades del usuario, con el fin de fortalecer el recuerdo de marca y promover la la fidelización del consumidor en Lima Metropolitana.

Objetivos específicos:

- Incrementar el reconocimiento y la recordación de marca de Sativa Brew a través del diseño de una plataforma digital interactiva que comunique su propuesta de valor saludable y sostenible.
- Optimizar la conexión entre el entorno digital y los puntos de venta físicos, mediante funciones que faciliten la ubicación de tiendas orgánicas y supermercados donde se distribuye el producto.
- Desarrollar un canal digital de experiencia e interacción que incorpore dinámicas de gamificación, sistema de recompensas y contenidos educativos, con el fin de fortalecer la fidelización del público y motivar el consumo presencial del producto.

2.4 Marco referencial

2.4.1 Experiencia digital y comportamiento del consumidor peruano

El diseño de experiencia digital (UX) cumple un rol esencial en la relación entre las marcas y sus usuarios, ya que una plataforma clara e intuitiva favorece la confianza y la navegación eficiente.

En el Perú, el crecimiento del comercio digital ha transformado las decisiones de compra, especialmente en categorías vinculadas a bienestar y productos saludables.

Según Ipsos Perú (2024), el 63 % de los consumidores urbanos realiza búsquedas en línea antes de comprar físicamente y más del 70 % valora experiencias digitales transparentes e interactivas.

Estas evidencias demuestran que el consumidor peruano combina lo digital y lo físico; por ello, plataformas centradas en el usuario son determinantes para fortalecer la fidelización. En ese marco, una plataforma como la de Sativa Brew puede actuar como puente entre el interés digital y la compra presencial.

2.4.2 Tendencias digitales del consumidor peruano

La digitalización continúa redefiniendo la forma en que los peruanos descubren, comparan y eligen productos. El estudio Compras por Internet 2023 de Ipsos Perú (2023) evidencia que los consumidores recurren a redes sociales y plataformas digitales como fuente principal de información, especialmente los adultos jóvenes que buscan practicidad, transparencia y experiencias alineadas a sus valores.

Aplicado al caso de Sativa Brew, esta tendencia representa una oportunidad para fortalecer su narrativa saludable a través de contenido educativo, interacción digital y coherencia con su propósito de bienestar.

2.4.3 Gamificación como estrategia de fidelización digital

La gamificación se ha consolidado en el Perú como una estrategia efectiva para potenciar la experiencia digital.

Según Otoya y Álvarez (2024), elementos como recompensas, niveles y logros digitales incrementan la motivación, el compromiso afectivo y la recordación de marca.

Para Sativa Brew, la gamificación puede convertirse en un recurso estratégico mediante la creación de retos saludables, acumulación de puntos o reconocimientos por participación, motivando la interacción continua y reforzando el consumo en puntos de venta.

2.4.4 Casos internacionales similares

A nivel internacional, marcas del sector saludable implementan herramientas digitales para mejorar la experiencia.

Un ejemplo es Humm Kombucha (s.f.), que incorpora en su sitio web un store locator que facilita la búsqueda de puntos de venta físicos. Esta funcionalidad actúa como un puente entre la navegación digital y la compra presencial, demostrando la efectividad de las herramientas informativas para fortalecer la fidelización y la conversión.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario(s)

Arquetipo de usuario:

Corresponde a una representación conceptual del público meta, elaborada a partir de información real sobre sus características, comportamientos y motivaciones. Este perfil facilita

comprender con mayor precisión quiénes conforman la audiencia principal, permitiendo orientar las estrategias de diseño y comunicación hacia sus intereses y expectativas.

FIGURA 3

Arquetipo de usuario



Nota. *Elaboración Propia*

Descripción del arquetipo de usuario:

Valeria Gómez es una joven profesional de 27 años que vive en Lima y trabaja en el ámbito de marketing digital. Lleva un estilo de vida activo y consciente, priorizando su bienestar físico y mental. En su día a día busca mantener el equilibrio entre su rutina laboral y sus hábitos saludables, combinando la actividad física con una alimentación basada en productos naturales.

Utiliza redes sociales como Instagram y Facebook para informarse sobre tendencias de salud, bienestar y sostenibilidad. A través de estas plataformas, descubre marcas locales, recetas saludables y nuevas experiencias que promueven el consumo responsable.

Valeria rechaza los productos industrializados y desconfía de las marcas que se promocionan como “naturales” sin serlo realmente. Le incomoda cuando las marcas no brindan claridad sobre la composición de sus productos ni sobre los procesos mediante los cuales han sido elaborados, así como aquellas prácticas que priorizan la imagen por encima del contenido. En cambio, valora a las marcas que comunican con honestidad, mantienen coherencia con sus valores y generan un impacto positivo en la comunidad.

En su tiempo libre, disfruta de actividades al aire libre, practicar yoga, asistir a ferias ecológicas y visitar cafeterías sostenibles. Busca constantemente experiencias que conecten con su estilo de vida saludable y le permitan sentirse parte de una comunidad comprometida con el bienestar y la sostenibilidad.

Hallazgos de insights

“Quiero tomar algo diferente, que me ayude a cuidar mi salud”

"Quiero cuidar mi cuerpo sin dejar de disfrutar lo que tomó.”

2.5.2 Información sobre el Mercado

En los últimos años, el mercado peruano de bebidas saludables ha mostrado un crecimiento constante, motivado por una mayor preocupación de los consumidores por llevar rutinas más equilibradas, cuidar su salud y optar por alternativas elaboradas con ingredientes naturales. Dentro de este panorama, las bebidas fermentadas, como la kombucha, han adquirido un papel destacado debido a sus propiedades probióticas y su vínculo con la salud digestiva.

En el contexto nacional, se observa la consolidación de diversas marcas que buscan posicionarse en este segmento wellness. Entre los principales competidores de Kombucha Sativa destacan Veda Kombucha y Tayta Fermentos, ambas con una presencia sólida tanto en canales digitales como en puntos de venta físicos.

Veda Kombucha se presenta como una marca premium que ofrece productos naturales y funcionales, con sabores suaves y accesibles, dirigidos a jóvenes adultos entre 25 y 45 años interesados en opciones de consumo más saludable y responsable con el entorno. En contraste, Tayta Fermentos se caracteriza por un enfoque más amplio dentro de los alimentos fermentados (kombucha, kéfir, entre otros), con una propuesta artesanal, ecológica y de alto valor nutricional, está orientada a personas activas o deportistas entre los 28 y 50 años.

En este escenario competitivo, Kombucha Sativa se posiciona como una marca peruana artesanal, elaborada con ingredientes naturales y sin azúcar refinada, dirigida a un público joven-adulto (25 a 45 años) interesado en su bienestar digestivo y en mantener un estilo de vida saludable. Su precio de mercado (S/ 11.90) se ubica dentro del rango promedio de la categoría, y su presencia tanto física como virtual le permite atender a un público que aprecia opciones de compra prácticas y comunicación clara sobre el origen, procesos e ingredientes del producto.

La creciente digitalización del consumo representa una oportunidad estratégica para Sativa Brew, ya que las plataformas digitales se han convertido en espacios clave para la búsqueda de información, comparación de productos y fortalecimiento del vínculo emocional

entre marca y consumidor. Por tanto, una adecuada estrategia digital podría consolidar su posicionamiento dentro del mercado nacional de bebidas saludables.

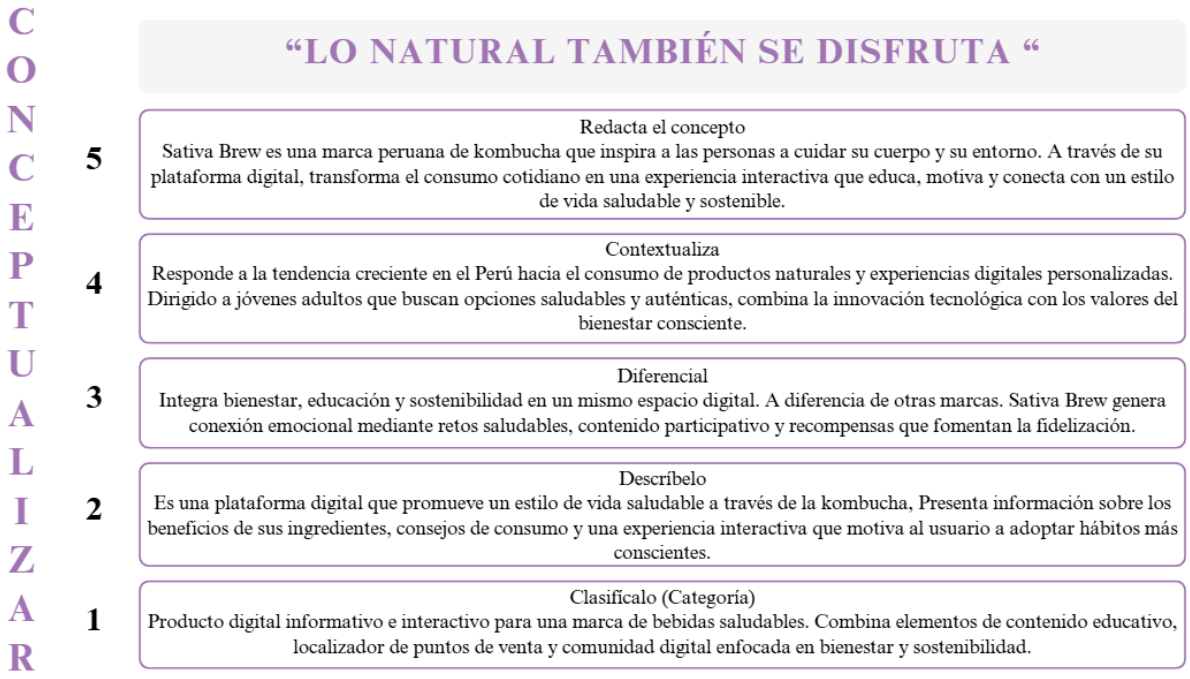
2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

Ruta para conceptualizar

El proceso de conceptualización implica convertir ideas preliminares en una propuesta sólida y bien estructurada. Este recorrido considera etapas como la investigación, el análisis de la información, la definición del público objetivo y la identificación de insights clave, lo que permite dar forma a un concepto con dirección y coherencia.

Figura 4

Ruta para Conceptualizar



Nota. *Elaboración Propia*

La ruta de conceptualización organiza la propuesta digital de Kombucha Sativa Brew bajo un enfoque coherente y con identidad propia. Inicia clasificando el proyecto como una plataforma digital informativa e interactiva, orientada al posicionamiento de una marca peruana de bebidas saludables. Posteriormente, se describe una propuesta basada en la educación sobre bienestar y consumo responsable, acompañada de una experiencia participativa que conecta el entorno digital con los puntos de venta físicos.

A continuación, se presentan los principales atributos que distinguen la marca, construidos a partir de la integración entre bienestar, sostenibilidad y participación activa en su comunidad digital. Esta combinación impulsa la conexión con jóvenes adultos que buscan opciones naturales y experiencias auténticas, reforzando la fidelización mediante contenidos interactivos, retos saludables y propuestas alineadas con un estilo de vida equilibrado.

Finalmente, se establece un concepto central que resume la esencia de la marca y orienta el desarrollo completo del proyecto:
“Lo natural también se disfruta.”

Canvas de Propuesta de Valor: Es una herramienta que ayuda a definir cómo un producto o servicio satisface las necesidades de un público objetivo. Se compone del perfil del cliente y del mapa de valor, donde se identifican sus motivaciones, problemas y las soluciones que la marca ofrece. Su propósito es asegurar la coherencia entre lo que el usuario busca y lo que la empresa entrega.

Figura 5

Propuesta de Valor



Nota. *Elaboración Propia*

Sativa Brew se posiciona como una marca peruana de kombucha artesanal que promueve un estilo de vida saludable, sostenible y accesible. Su propuesta de valor se centra en ofrecer una bebida natural y auténtica, elaborada a partir de una base tradicional de té, azúcar y un cultivo de bacterias. La marca acompaña a consumidores interesados en mejorar su bienestar digestivo y adoptar hábitos más conscientes

A diferencia de las marcas tradicionales de bebidas saludables que priorizan únicamente el producto, Sativa Brew apuesta por una experiencia educativa e interactiva, donde la

información sobre los beneficios de la kombucha y su impacto en el bienestar se convierte en un valor añadido. La plataforma digital facilita el acceso a contenidos confiables, promociones exclusivas y un mapa interactivo que guía al usuario hacia los puntos de venta más cercanos.

El enfoque de la marca responde a las nuevas tendencias de consumo consciente en el Perú, donde los usuarios buscan productos funcionales, naturales y con propósito. Sativa Brew se diferencia al reducir las barreras de información y disponibilidad, fomentando la confianza y la transparencia en cada etapa del proceso de compra.

En síntesis, la propuesta de valor de Sativa Brew combina tres pilares esenciales: salud, sostenibilidad y conexión digital, posicionando a la marca como un referente dentro del consumo saludable contemporáneo, bajo el concepto central:
"Lo natural también se disfruta."

2.5.4 Diseño de producto/servicio

La nueva propuesta digital de Sativa Brew se concibe como una plataforma integral que conecta el bienestar, la frescura y la sostenibilidad mediante una experiencia interactiva y sensorial. El sitio web se estructura como un ecosistema funcional que combina información, exploración de productos y asistencia personalizada, orientando al usuario desde el descubrimiento hasta la compra consciente.

La primera zona intervenida será: la página principal, diseñada como una vitrina digital vibrante que comunica la identidad de la marca. Se utiliza una paleta cromática cálida y

natural, con predominio de tonos amarillos y naranjas que evocan energía y vitalidad. Las botellas se presentan en primer plano, generando un impacto visual que resalta la variedad de sabores y la frescura del producto. El botón “Descubre tus sabores” dirige al usuario a un recorrido intuitivo, invitando a la exploración activa de las kombuchas disponibles.

La segunda zona intervenida será: la sección de sabores, donde se prioriza la experiencia de Compra sencilla y estética. Cada kombucha se muestra con su respectiva información nombre, ingredientes y precio acompañada de un botón de “Agregar al carrito”. El diseño modular facilita la navegación, mientras que los colores del fondo y de cada botella refuerzan la identidad individual de cada sabor. Esta zona busca generar deseo visual y confianza mediante la transparencia de los componentes y beneficios del producto.

La tercera zona intervenida será: el asistente digital SatiBot, un chatbot interactivo que humaniza la relación con la marca. Su lenguaje cercano y empático permite guiar al usuario según sus preferencias (sabores, beneficios, puntos de venta). A través del diálogo automatizado, el bot no sólo ofrece orientación de compra, sino que también refuerza el carácter amigable y educativo de Sativa Brew, transmitiendo los valores de salud y bienestar.

La cuarta zona intervenida será: el mapa de puntos de venta, herramienta georreferenciada que facilita la localización de tiendas aliadas. El usuario puede filtrar por distrito o establecimiento (Organa, Flora y Fauna, Nuna Orgánica, entre otros), accediendo a una experiencia práctica y conectada con su entorno. Este apartado fomenta el consumo local y el acceso inmediato al producto, reforzando la cercanía entre marca y consumidor.

Triple Balance:

Social:

Sativa Brew promueve un estilo de vida saludable y consciente mediante una comunicación transparente y cercana. La incorporación del chatbot y de secciones informativas sobre la kombucha fortalece el aprendizaje colectivo en torno a la alimentación funcional, impulsando una comunidad digital unida por el bienestar y la sostenibilidad. Asimismo, la colaboración con puntos de venta locales contribuye al dinamismo de la economía comunitaria y refuerza el vínculo entre pequeños comercios y consumidores que buscan alternativas responsables.

Ambiental:

La propuesta digital contribuye al cuidado ambiental al reemplazar materiales impresos como volantes, catálogos o afiches por información centralizada en la página web. Esto reduce el uso de papel y otros recursos que normalmente se emplean para promocionar el producto. Además, la plataforma promueve un consumo más consciente al ofrecer información educativa y visual que refuerza la relación entre naturaleza, bienestar y salud..

Económico:

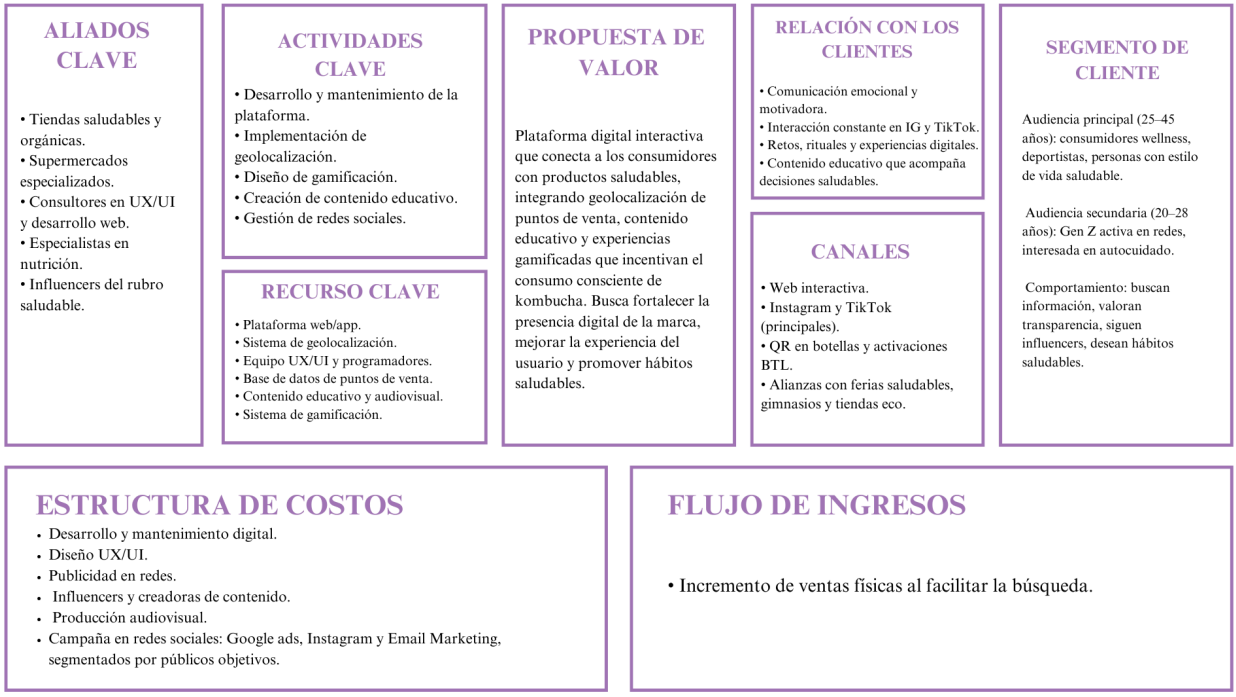
El rediseño del sitio web y la inclusión de herramientas digitales como el SatiBot y el mapa de tiendas amplían los canales de venta y fortalecen la presencia de la marca. Esta diversificación no solo facilita el acceso a nuevos clientes, sino que también optimiza la relación costo beneficio mediante una experiencia de usuario fluida. A largo plazo, la estrategia digital

posiciona a Sativa Brew como una marca competitiva, capaz de equilibrar rentabilidad con propósito social y ambiental.

2.5.5 Modelo de Negocio

Figura 6

Tablero de modelo de negocio



Nota. *Elaboración Propia*

Se propone un modelo de negocio digital basado en una página web interactiva que busca posicionarse como una herramienta líder para conectar a los consumidores con productos saludables, especialmente kombucha. La plataforma integra geolocalización, contenido educativo y dinámicas gamificadas para promover decisiones informadas y hábitos de vida saludables.

La diferenciación se encuentra en cómo la web combina información clara, experiencias interactivas y un acompañamiento constante al usuario. La propuesta de valor se centra en

facilitar la búsqueda de puntos de venta, ofrecer contenido que educa sobre bienestar y motivar al consumidor mediante retos, rituales y experiencias digitales que fortalecen su compromiso con un estilo de vida más saludable.

Las actividades esenciales incluyen el desarrollo y mantenimiento de la página web, la implementación del sistema de geolocalización, el diseño UX/UI, la creación de contenido audiovisual y educativo, la gestión de redes sociales y la construcción del sistema de gamificación. Estos procesos son respaldados por recursos clave como programadores, diseñadores UX/UI, especialistas en nutrición, una base de datos actualizada y un sistema técnico que garantiza una experiencia fluida.

Para potenciar el alcance, se establecen alianzas con tiendas saludables, supermercados especializados, ferias eco y creadores de contenido del ámbito de la salud y el bienestar, quienes contribuyen a reforzar la credibilidad y visibilidad de la plataforma.

La relación con los usuarios se basa en una comunicación motivadora y emocional, acompañada de interacción constante en Instagram y TikTok. A través de contenido educativo, experiencias digitales y dinámicas sociales, la web fomenta una comunidad que valora la transparencia, el autocuidado y la información confiable.

Los canales principales incluyen la página web como eje central, las redes sociales como plataformas de interacción, los códigos QR en botellas y las activaciones BTL, junto con alianzas estratégicas con ferias saludables, gimnasios y tiendas eco.

El modelo de ingresos se genera mediante el incremento de ventas físicas en los puntos de venta, impulsado por la facilidad que ofrece la web para localizar tiendas y productos.

Finalmente, la estructura de costes contempla el desarrollo digital, el diseño UX/UI, la producción de contenido, campañas en redes sociales (Google Ads, Instagram y Email Marketing) y colaboraciones con influencers. Este enfoque combina tecnología, educación y bienestar para crear una solución sostenible, útil y atractiva para consumidores interesados en mejorar su estilo de vida.

2.5.6 Resultados esperados

Se espera que la plataforma digital interactiva contribuya a mejorar significativamente la visibilidad y recordación de la marca Sativa Brew. Al ofrecer información clara, un diseño intuitivo y recursos educativos sobre la kombucha y sus beneficios, se proyecta un aumento notable en el interés y la confianza del público. Esta mejora en la presencial digital debe reflejarse también en una mayor conexión entre la experiencia online y el consumo físico, permitiendo que más usuarios identifiquen con facilidad los puntos de venta y se sientan motivados a realizar una compra presencial.

Asimismo, se anticipa un incremento en el nivel de interacción y participación de los usuarios, gracias a las dinámicas de gamificación y al uso del asistente digital. Estas herramientas están diseñadas para fortalecer la relación con la marca, incentivar la exploración del producto y generar un mayor grado de fidelización. Como consecuencia, se
espera que Sativa Brew logre una comunidad más activa y comprometida con su propuesta de bienestar y sostenibilidad.

Finalmente, la plataforma busca mejorar la comprensión del consumidor respecto a la

kombucha, reduciendo las barreras de información que actualmente dificultan su adopción. Con una experiencia más completa, accesible y educativa, se prevé que la marca aumente sus oportunidades de conversión en tiendas orgánicas y supermercados especializados, consolidándose dentro del mercado de bebidas saludables en Lima Metropolitana.

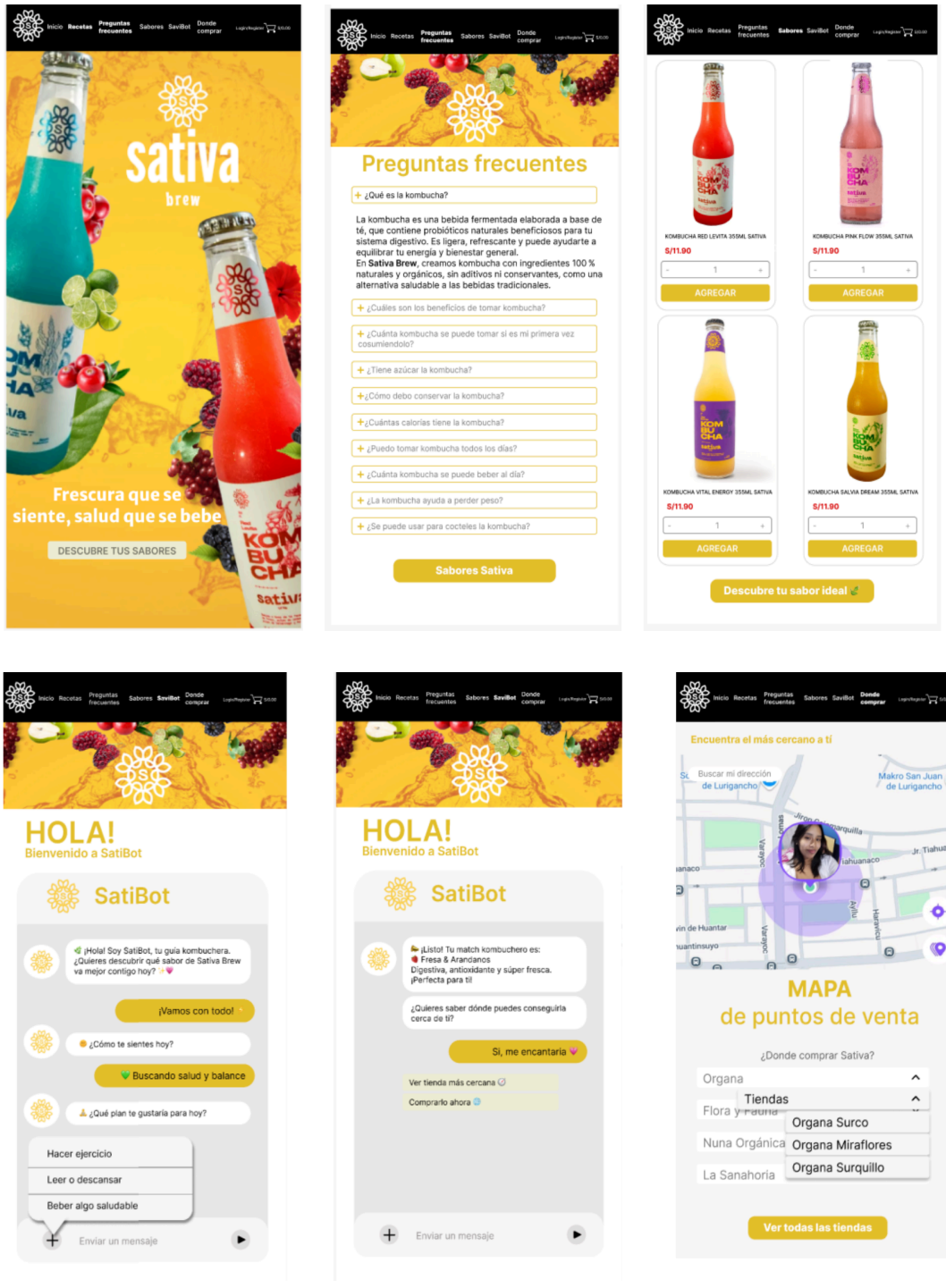
2.5.7 Prototipos desarrollados

Dado que Sativa Brew no contaba con una plataforma web propia, se desarrolló un prototipo digital desde cero con el fin de visualizar cómo funcionaría la nueva experiencia propuesta para la marca. Este prototipo permite mostrar de manera anticipada la estructura del sitio, su estética renovada y la forma en que los usuarios interactuarían con las distintas secciones.

El diseño se desarrolló en Figma y presenta una página de inicio llamativa, con colores vibrantes y elementos visuales que resaltan la frescura y naturalidad de la marca. A través de la navegación del prototipo, es posible apreciar la organización del contenido, el estilo gráfico y la coherencia visual pensada para transmitir bienestar, energía y autenticidad, pilares centrales de la identidad de Sativa Brew.

Figura 7

Aplicativo de Sativa Brew



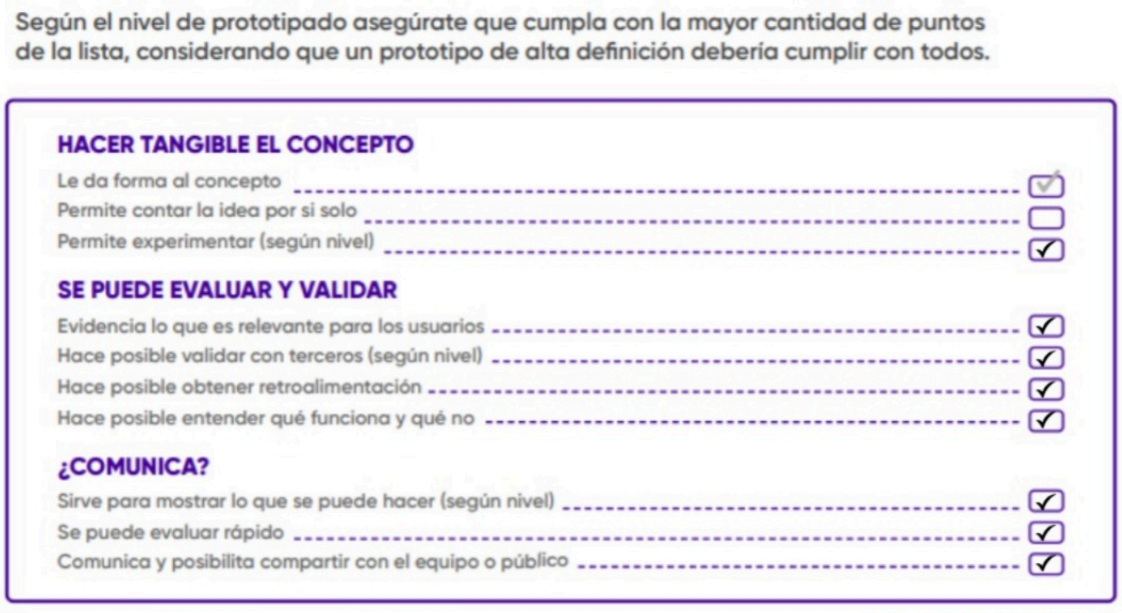
Nota. *Elaboración Propia*

El prototipo incluye pantallas clave como: página principal, sección de sabores, información del producto, puntos de venta geolocalizados y un asistente virtual. Estas representaciones permiten observar cómo sería el flujo real del usuario dentro del sitio web, facilitando la evaluación temprana de la usabilidad, la claridad de la información y la efectividad de los llamados a la acción.

Asimismo, se utilizó una lista de verificación general para prototipos, herramienta metodológica que ayuda a revisar aspectos esenciales del diseño antes de avanzar a etapas finales. Esta lista permite evaluar la funcionalidad, facilidad de uso, consistencia visual, comprensión del usuario y alineación con los objetivos del proyecto. Gracias a este proceso de validación, el prototipo asegura una mayor coherencia entre la propuesta digital y la experiencia de consumo deseada para la marca.

Figura 8

Check list del prototipado



Nota. *Elaboración Propia*

Este checklist permite verificar que el prototipo desarrollado para Sativa Brew cumple con los criterios necesarios para representar adecuadamente la propuesta digital. En la primera sección se confirma que el prototipo hace tangible el concepto, ya que muestra cómo funciona realmente la plataforma y permite visualizar la idea de forma clara. En la parte de evaluación y validación, el cuadro evidencia que el prototipo facilita obtener retroalimentación, entender qué elementos funcionan correctamente y cuáles requieren ajustes antes de avanzar a etapas finales. Finalmente, en el apartado de comunicación, se confirma que el prototipo es útil para mostrar la solución, evaluarla rápidamente y compartirla con el equipo o con terceros, asegurando que la propuesta sea comprensible y pueda mejorarse de manera colaborativa.

2.5.8 Experimentos

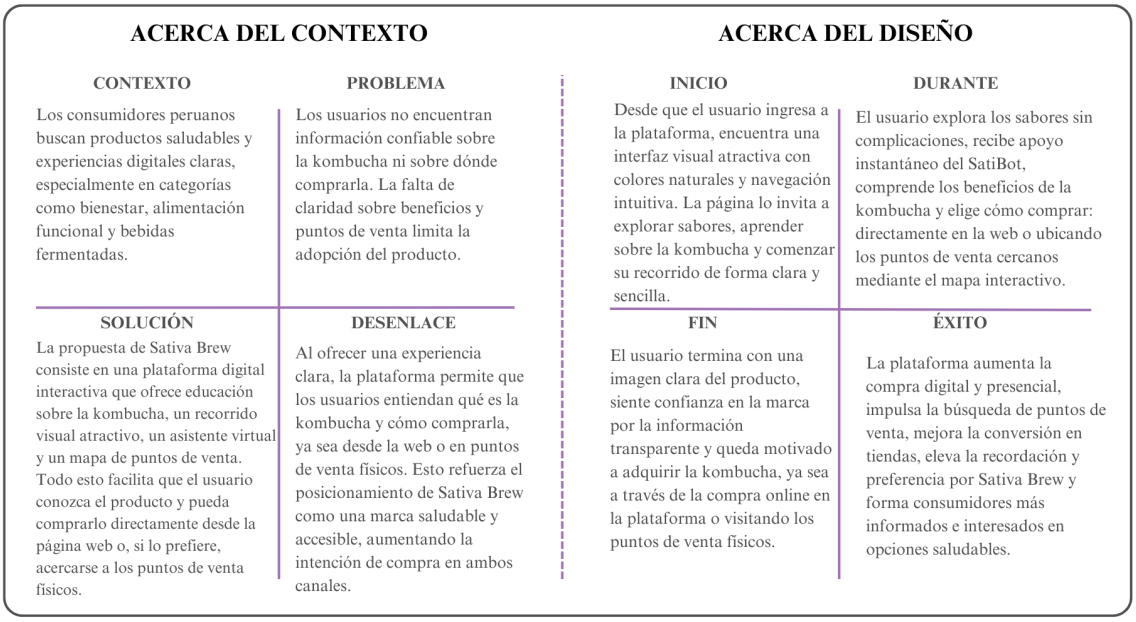
Con el fin de validar la propuesta digital presentada para Sativa Brew, se aplicó una encuesta a 50 participantes, conformados por jóvenes y adultos que consumen bebidas saludables, personas interesadas en estilos de vida sostenibles. La encuesta se centró en evaluar el prototipo del sitio web, su funcionalidad, diseño visual, claridad del contenido y la utilidad de herramientas clave como el mapa de puntos de venta y el asistente digital.Los participantes accedieron al prototipo elaborado en Figma, donde exploraron la página de inicio, la sección de sabores, el chatbot SatiBot y el localizador de tiendas. La dinámica permitió obtener evidencia sobre cómo interactúan con la interfaz, qué elementos les resultan más atractivos y qué mejoras consideran necesarias para optimizar la experiencia del usuario.

En las respuestas se analizaron aspectos como la percepción del diseño, la facilidad de uso, la motivación de compra, y el interés por recibir información educativa sobre la kombucha. La mayoría expresó una valoración positiva respecto al uso de colores vibrantes, la claridad en la presentación de los sabores y la utilidad del mapa interactivo para ubicar puntos de ventas físicos.

Tablero UX: Es un recurso que permite organizar de manera visual las percepciones, necesidades, comportamientos y expectativas de los usuarios frente al prototipo. Esta herramienta facilita identificar patrones de uso, puntos de fricción y oportunidades de mejora durante el uso del prototipo.

Figura 9

Tablero UX



Nota. *Elaboración Propia*

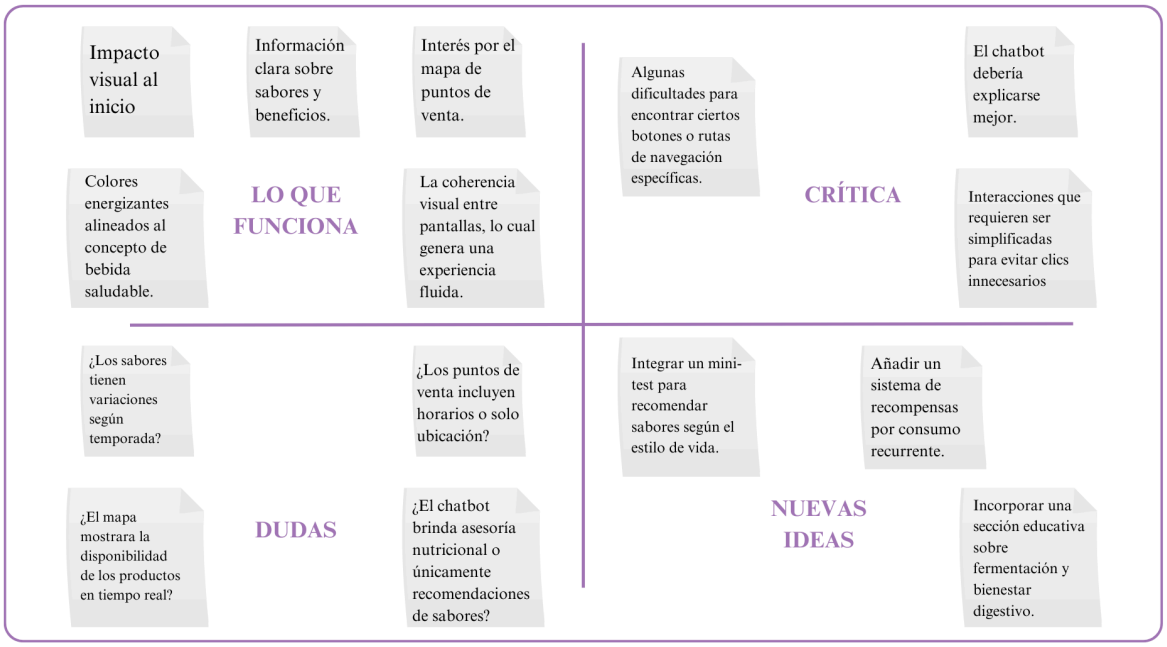
Este cuadro resume la situación actual del consumidor y la propuesta digital de Sativa Brew. En la parte del contexto se identifica que los usuarios buscan productos saludables, pero no encuentran información clara sobre la kombucha ni dónde comprarla. Para resolverlo, se propone una plataforma digital que educa, acompaña y guía al usuario, permitiéndole comprar tanto en la web como en puntos de venta físicos.

En la parte del diseño se describe cómo vive el usuario la experiencia dentro de la plataforma: desde un inicio atractivo y fácil de navegar, pasando por una interacción donde recibe ayuda, conoce los beneficios y decide cómo comprar, hasta llegar al final, donde obtiene confianza en la marca y queda motivado a adquirir el producto. Finalmente, se detalla el éxito esperado: mayor compra digital y presencial, mejor recordación de marca y consumidores más informados sobre opciones saludables.

Tabla receptora: Permite clasificar y sintetizar la información obtenida de la encuesta, organizando los comentarios de los usuarios en cuatro categorías. Este recurso facilita visualizar de forma clara las percepciones generales sobre el prototipo y guiar la mejora de la propuesta digital.

Figura 10

Tabla receptora



Nota. *Elaboración Propia*

A través de este cuadro se presenta un análisis estructurado de las percepciones de los usuarios después de interactuar con el prototipo digital de Sativa Brew. Los hallazgos se agrupan en cuatro categorías: aspectos que funcionan bien, críticas, dudas y nuevas ideas surgidas durante el proceso de evaluación.

En lo que funciona, los usuarios destacaron el impacto visual al inicio, los colores energizantes alineados con el concepto de bebida saludable y la claridad con la que se presentan los sabores y sus beneficios. Asimismo, valoraron la coherencia visual entre pantallas, lo que

genera una experiencia fluida, y mostraron especial interés por el mapa de puntos de venta como herramienta útil dentro de la navegación.

En la sección de críticas, los participantes señalaron dificultades al intentar encontrar ciertos botones o rutas específicas dentro del sitio. También mencionaron que el chatbot debería explicarse mejor para que el usuario comprenda qué puede hacer. Además, indicaron que algunas interacciones requieren simplificación para evitar clics innecesarios y mejorar la usabilidad general.

En cuanto a dudas, surgieron preguntas sobre si los sabores cambian según la temporada, sí el mapa mostrará disponibilidad del producto en tiempo real y si los puntos de venta incluirán horarios además de ubicación. También se consultó si el chatbot ofrece asesoría nutricional o únicamente recomendaciones de sabores.

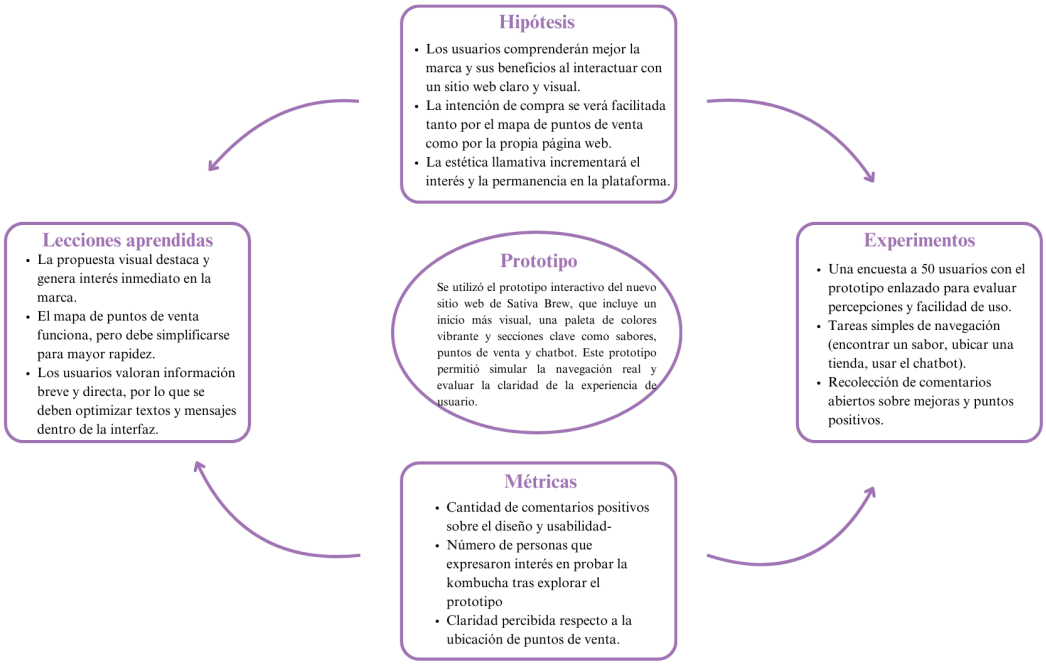
Finalmente, en nuevas ideas, los usuarios propusieron integrar un mini-test para recomendar sabores según el estilo de vida, añadir un sistema de recompensas por consumo recurrente y sumar una sección educativa sobre fermentación y bienestar digestivo, con el fin de enriquecer la experiencia y aportar mayor valor informativo a la plataforma.

Experimentación Ágil: Permite validar, de forma rápida y estructurada, los principales componentes del prototipo digital diseñado para Sativa Brew. Este proceso se orientó a comprobar si la propuesta realmente responde a las necesidades de los usuarios, si facilita el acceso a información sobre la kombucha y si contribuye a incentivar la compra del producto, ya sea directamente desde la página web o en los puntos de venta aliados. Bajo este enfoque, la

experimentación se organizó en prototipo, hipótesis, lecciones aprendidas, experimentos y métricas.

Figura 11

Experimentación Ágil



Nota. *Elaboración Propia*

El diagrama presenta el proceso de experimentación ágil aplicado al nuevo sitio web de Sativa Brew, mostrando cómo cada elemento contribuye a validar la propuesta planteada. El prototipo desarrollado integra un diseño más visual y dinámico, colores vibrantes y secciones clave como sabores, chatbot y puntos de venta. Se parte de la hipótesis de que una interfaz clara permitirá que los usuarios comprendan mejor la marca y que la intención de compra se verá facilitada tanto por el mapa de puntos de venta como por la propia página web.

La validación se realizó mediante experimentos como encuestas a 50 usuarios y tareas simples de navegación dentro del prototipo, evaluando claridad, usabilidad e interés generado. El éxito se midió mediante métricas como comentarios positivos sobre el diseño, la facilidad para ubicar puntos de venta y el nivel de interés expresado después de interactuar con la página.

Las lecciones aprendidas muestran que la propuesta visual genera un impacto inmediato y mejora la percepción general de la marca. También se identificó que, si bien el mapa de puntos de venta cumple su función, requiere simplificación para agilizar la experiencia del usuario. Finalmente, se concluye que los usuarios valoran la información breve y directa, lo que resalta la importancia de optimizar textos y mensajes dentro del sitio web para apoyar de manera más efectiva la navegación y la intención de compra física.

2.5.9 Descripción de la solución innovadora

La propuesta de valor del proyecto Sativa Brew se centra en ofrecer a jóvenes y adultos entre 25 y 45 años una experiencia digital educativa, práctica y accesible que conecta directamente con el bienestar, la salud digestiva y el consumo consciente. El perfil del usuario identificado busca información clara sobre productos naturales, herramientas que faciliten ubicarlos y opciones que respalden decisiones saludables dentro de su rutina diaria. Sin embargo, el mercado presenta problemas identificados: bajo nivel de conocimiento sobre la kombucha, escasa presencia digital de la marca y dificultades para ubicar puntos de venta físicos o acceder a un canal confiable de información.

En consideración a estas demandas, la solución se presenta como una plataforma digital interactiva que funciona como un espacio integral de aprendizaje, exploración y compra. El sitio web combina contenido educativo claro, un diseño visual atractivo y herramientas de navegación intuitivas que permiten al usuario conocer los beneficios de la kombucha, descubrir los sabores disponibles, recibir orientación personalizada mediante un asistente digital y adquirir el producto tanto desde la página web como en puntos de venta físicos. De esta manera, la plataforma construye una experiencia enriquecedora que integra bienestar, accesibilidad y confianza, promoviendo un consumo más consciente y coherente con el estilo de vida saludable del usuario.

Modelo de negocio

El modelo de negocio está dirigido a consumidores interesados en productos naturales, bienestar y salud digestiva, principalmente jóvenes universitarios, adultos activos y personas que priorizan hábitos saludables. La estrategia se fundamenta en un enfoque digital que utiliza el sitio web como eje central, complementado por redes sociales, contenido educativo y una comunicación emocional que refuerza la cercanía con el usuario.

Los ingresos se generan mediante el incremento de compras físicas en tiendas saludables y supermercados aliados, facilitadas por el mapa interactivo del sitio, así como por la opción de compra directa dentro de la plataforma digital. Las actividades esenciales del proyecto incluyen el diseño y mantenimiento del sitio web, la implementación del localizador de puntos de venta, la creación de contenido educativo, la gestión de redes sociales y la optimización continua de la experiencia del usuario.

Los recursos clave abarcan especialistas en UX/UI, programadores, profesionales de marketing digital y nutrición, además de bases de datos actualizadas y herramientas tecnológicas que aseguran una navegación fluida. Los aliados estratégicos incluyen tiendas orgánicas, supermercados especializados, ferias eco y creadores de contenido del ámbito del bienestar, quienes amplían la visibilidad y credibilidad de la marca. Los costos principales se orientan a la producción digital, campañas publicitarias en redes sociales, colaboraciones con influencers y mantenimiento tecnológico, asegurando la viabilidad del modelo de negocio.

Sostenibilidad del proyecto

Social

El proyecto contribuye a la educación sobre hábitos saludables al brindar información verificada sobre la kombucha y sus beneficios. Además, fortalece la relación entre consumidores y comercios locales, impulsando el crecimiento de tiendas orgánicas y espacios que promueven un estilo de vida responsable y consciente.

Ambiental

La propuesta digital reduce el uso de materiales físicos en la comunicación del producto, ya que toda la información se centraliza en la plataforma web sin necesidad de volantes o afiches impresos. Además, la estética visual del sitio refuerza la idea de bienestar y naturaleza, promoviendo conciencia ambiental entre los usuarios y alineándose con el estilo de vida saludable que Sativa Brew busca transmitir.

Económico

El proyecto permite a Sativa Brew ampliar sus canales de venta y fortalecer su presencia en el mercado sin requerir ampliaciones operativas complejas. El sitio web, el asistente digital y el mapa de puntos de venta facilitan tanto la compra digital como presencial, generando un crecimiento rentable y sostenible a largo plazo. La integración de tecnología, educación y accesibilidad posiciona a la marca como una alternativa competitiva dentro del mercado de bebidas saludables en Lima Metropolitana.

III. Estimación de costos

3.1 Presupuesto

Tabla 1

Presupuesto general del proyecto

PRESUPUESTO GENERAL

Rubro	Actividad	Descripción	Cantidad	Costo Unitario (S/)	Subtotal (S/)
PERSONAL	Diseñador UX/UI	Diseño y prototipo por 3 meses	1	1,800	1,800
PERSONAL	Programador Web	Desarrollo web + integraciones	1	2,700	2,700

PERSONAL	Community Manager	Gestión de redes por 3 meses	1	1,200	1,200
SERVICIOS	Hosting + Dominio	Hosting anual + dominio.com	1	200	200
SERVICIOS	Chatbot básico	Implementación SatiBot básico	1	300	300
SERVICIOS	Mapa geolocalizado	Implementación en página	1	300	300
SERVICIOS	Contenido multimedia	Fotos + videos cortos	1	600	600
BTL	Material POP	Exhibidor promocional	1	150	150
BTL	Degustaciones	Botellas + insumos	1	500	500
BTL	Promotor	Activación 1 día	1	150	150
OPERATIVO	Transporte	Movilidad y distribución	1	200	200
OPERATIVO	Imprevistos	Reserva para variaciones	1	350	350
Total General					**8,450**

Nota. *Elaboración Propia*

Tabla 2

Presupuesto del personal dividido en 3 meses

PERSONAL				
Rol	**Mes 1**	**Mes 2**	**Mes 3**	**Total**
Diseñador UX/UI	600	600	600	1,800
Programador Web	900	900	900	2,700
Community Manager	400	400	400	1,200
TOTAL GENERAL				5,700

Nota. *Elaboración Propia*

Tabla 3

Presupuesto de los servicios empleados para el proyecto de innovación

SERVICIOS				
Servicio	**Proveedor estimado**	**Costo (S/)**	**Frecuencia**	**Total**
Hosting + Dominio	HostingPerú	200	Anual	200
Chatbot básico	Landbot/Dialogflow	300	Único	300
Mapa geolocalizado	Freelancer Web	300	Único	300
Contenido multimedia	Fotógrafo + editor	600	Único	600
TOTAL GENERAL				1,400

Nota. *Elaboración Propia*

Tabla 4

Resumen del presupuesto puntual

RESUMEN FINAL	
Categoría	**Monto (S/)**
Personal	5,700
Servicios	1,400
BTL	800

Operativos	550
TOTAL GENERAL	**8,450**

Nota. *Elaboración Propia*

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

- Se comprobó que, a través de una plataforma digital interactiva, se incrementa la intención de compra de Sativa Brew.
- La plataforma digital facilita la comprensión del producto y hace más accesible el proceso de compra, tanto en la web como en puntos de venta.
- Las pruebas con usuarios evidencian que el mapa y el asistente virtual son herramientas útiles y se sugiere una simplificación para mejorar la experiencia.

4.2 Recomendaciones

- Potenciar el asistente virtual para ofrecer respuestas más precisas sobre sabores, beneficios y recomendaciones personalizadas de compra.
- Continuar realizando pruebas de usabilidad y aplicar mejoras constantes para garantizar una experiencia digital fluida y alineada con los objetivos de la marca.

V. Referencias Bibliográficas

Complejo Arqueológico El Brujo. (2025, 15 de julio). 6 bebidas peruanas tradicionales y deliciosas que debes probar. El Brujo. https://www.elbrujo.pe/blog/6-bebidas-peruanas-tradicionales-y-deliciosas

Viajes Machu Picchu Tours. (2024, 2 de octubre). La Chicha de Jora: Bebida tradicional de los incas. Viajes Machu Picchu Tours. https://www.viajesmachupicchutours.com/blog/cusco/la-chicha-de-jora

Mercado Negro. (2025, 9 de septiembre). Comportamiento del consumidor peruano: 71 % pagaría lo que fuera por su salud. Mercado Negro. https://www.mercadonegro.pe/actualidad/comportamiento-del-consumidor-peruano-71-pagaria-lo-que-fuera-por-su-salud

Humm Kombucha. (s. f.). *Find a store*. Humm Kombucha. https://hummkombucha.com/pages/find-a-store

Ipsos Perú. (2024, 21 marzo). El consumidor en el 2024: preocupaciones, expectativas, actitudes, nuevos comportamientos y tendencias (Presentación de evento). https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2024-03/El%20consumidor%20en%20el%202024_V5_21Mar24%20%28Presentaci%C3%B3n%20evento%29_0.pdf

Ipsos Perú. (2023). Compras por Internet 2023 (Informe). https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2023-10/compras%20por%20internet%202023.pdf

Veda Kombucha. (s. f.). Veda Kombucha Perú (Sitio web). https://vedakombucha.pe/

Tayta Fermentos. (s. f.). Tayta Fermentos Perú (Sitio web). https://taytafermentos.com.pe/

VI. Anexos

6.1 Encuesta

Validación del Prototipo para Kombucha Sativa Brew

¡Hola! Gracias por participar en esta encuesta.

Estamos desarrollando una nueva plataforma digital para la marca peruana de kombucha Sativa Brew, con el objetivo de mejorar la experiencia del usuario, brindar información clara sobre el producto y facilitar la ubicación de puntos de venta físicos.

Tu opinión es muy valiosa para validar la propuesta y asegurarnos de que el diseño, la usabilidad y el contenido realmente respondan a las necesidades de los consumidores interesados en bienestar y bebidas saludables.

La encuesta es breve y solo te tomará unos minutos.

Tus respuestas serán completamente anónimas y se usarán únicamente con fines académicos.

*** Indica que la pregunta es obligatoria***

Revisa el prototipo antes de responder

Prototipo interactivo – Sativa Brew

https://www.figma.com/proto/EVcAMh4l3K079sZfLLuIR1/P%C3%81GINA-WEB-SATIVA?node-id=124-366&p=f&t=QsLqAVi7hpc5NVWO-0&scaling=scale-down&content-scaling=fixed&page-id=0%3A1

¿Qué tan fácil te resultó navegar por el prototipo de la plataforma digital? *

Muy fácil

Fácil

Neutro

Difícil

Muy difícil

¿La información sobre los productos y beneficios de la kombucha te pareció clara y comprensible? *

Sí, totalmente

Sí, en parte

Neutro

Poco clara

Nada clara

¿Consideras que el diseño visual (colores, tipografías, imágenes) es atractivo y coherente con una marca saludable? *

Muy atractivo

Atractivo

Neutro

Poco atractivo

Nada atractivo

¿Qué tan útil te pareció la sección de sabores para conocer cada variedad de kombucha? *

Muy útil

Útil

Neutro

Poco útil

Nada útil

¿El mapa de puntos de venta te ayudaría a encontrar de manera rápida un lugar donde comprar la kombucha? *

Sí, definitivamente

Sí, podría

Neutro

Probablemente no

No

¿Qué tan práctico te pareció el asistente digital (chatbot) para resolver dudas o guiar tu elección? *

Muy práctico

Algo práctico

Neutro

Poco práctico

Nada práctico

¿Sientes que la plataforma te motiva a probar o adquirir la kombucha en tiendas físicas? *

Sí, totalmente

Sí

Neutro

No mucho

No

¿Qué tan intuitivo te pareció el flujo general de navegación entre las diferentes secciones? *

Muy intuitivo

Intuitivo

Neutro

Poco intuitivo

Nada intuitivo

¿El contenido educativo sobre la kombucha te ayudó a entender mejor sus beneficios? *

Sí, mucho

Sí, en parte

Neutro

Poco

Nada

¿Qué tan probable sería que recomiendes esta plataforma digital a otra persona interesada en bebidas saludables?*

Muy probable

Probable

Neutro

Poco probable

Nada probable

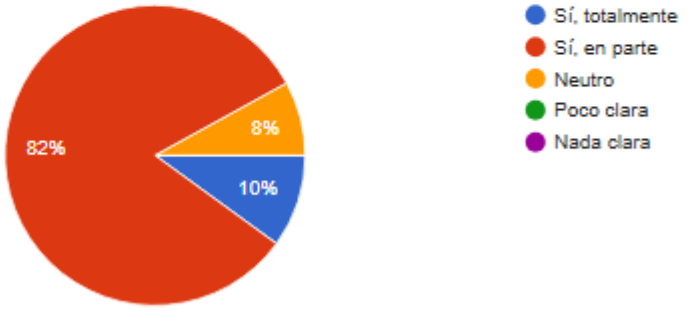
¿Qué mejoras o sugerencias le harías al prototipo para optimizar la experiencia del usuario? * Respuesta abierta *

Resultados de la encuesta



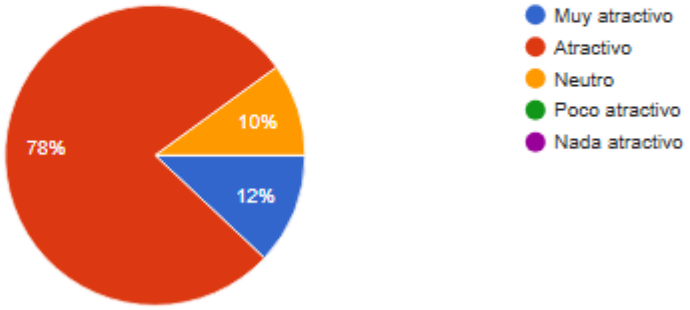
¿La información sobre los productos y beneficios de la kombucha te pareció clara y comprensible?

50 respuestas



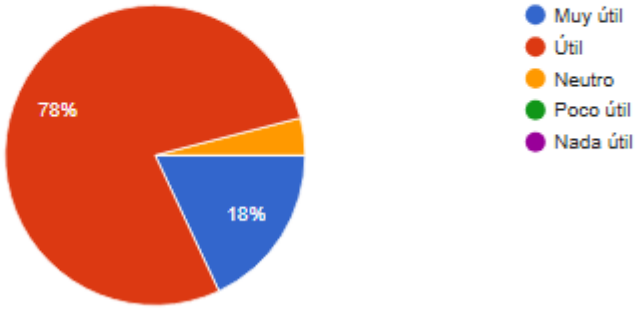
¿Consideras que el diseño visual (colores, tipografías, imágenes) es atractivo y coherente con una marca saludable?

50 respuestas



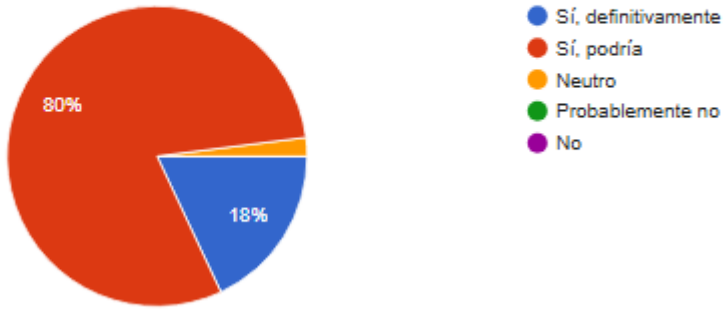
¿Qué tan útil te pareció la sección de sabores para conocer cada variedad de kombucha?

50 respuestas



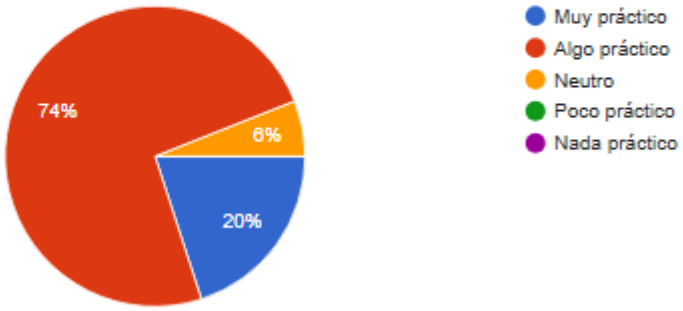
¿El mapa de puntos de venta te ayudaría a encontrar de manera rápida un lugar donde comprar la kombucha?

50 respuestas



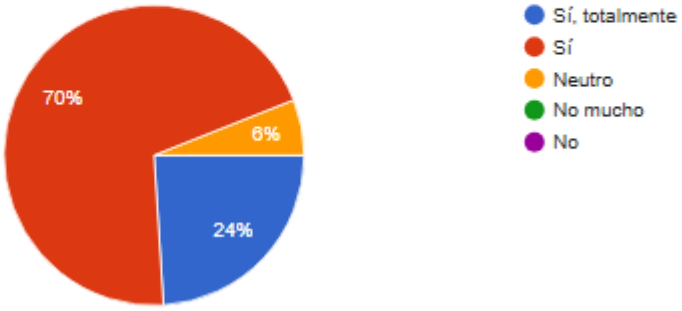
¿Qué tan práctico te pareció el asistente digital (chatbot) para resolver dudas o guiar tu elección?

50 respuestas



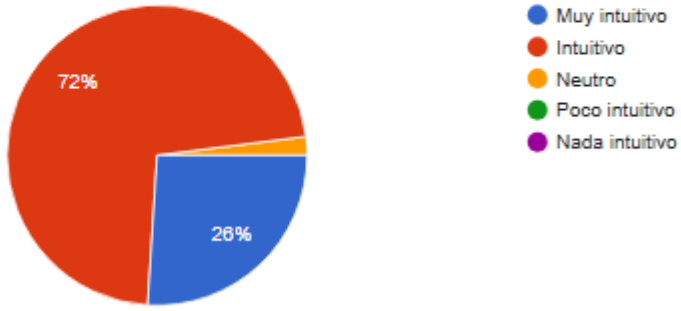
¿Sientes que la plataforma te motiva a probar o adquirir la kombucha en tiendas físicas?

50 respuestas



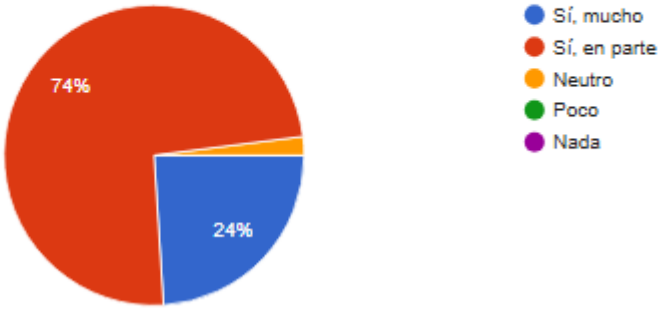
¿Qué tan intuitivo te pareció el flujo general de navegación entre las diferentes secciones?

50 respuestas



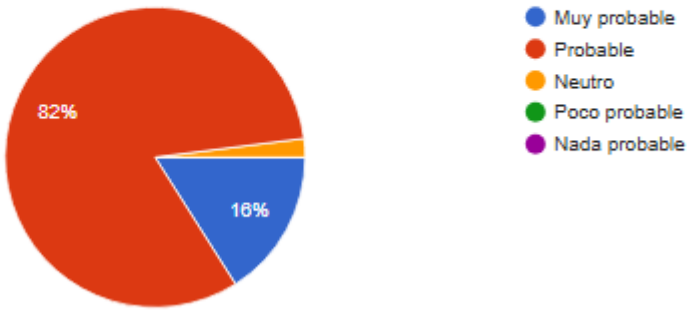
¿El contenido educativo sobre la kombucha te ayudó a entender mejor sus beneficios?

50 respuestas



¿Qué tan probable sería que recomiendes esta plataforma digital a otra persona interesada en bebidas saludables?

50 respuestas



¿Qué mejoras o sugerencias le harías al prototipo para optimizar la experiencia del usuario?

17 respuestas

me gustoo
me gusto mucho el prototipo, quizá podría tener un poco más de secciones
me gusto mucho el prototipo, quiza para un futuro poder tener un blog en donde los usuarios puedan interactuar entre ellos
Asegurarse de que el camink para realizar las accoones primcipales como a registrar una ingesta o encontrar un punto de venta sea el.mas corto y con la.menkr cantidad de clics posible.
me gusto mucho, siento que es facil de navegar
me gusto la estructura de la pagina web
todo me gusta
siento que todo esta bien

¿Qué mejoras o sugerencias le harías al prototipo para optimizar la experiencia del usuario?

17 respuestas

todo me gusto

me gusta todo

que los usuarios puedan poner sus recetas

me gusto todo

el mapa deberia de tener filtros mas especificos

más informacion de sabores y beneficios

hacer más visible a SatiBot, quiza que tenga colores más llamativos o que tenga un icono llamativo

Podrian agregar algo más personalizado según la persona, pero de ahi lo veo bien.

Lo veo todo bien, pero podría ser recetas o tips.