ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADA TOULOUSE LAUTREC

TÍTULO DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN:

MermaCero 360

Proyecto de innovación para obtener el grado de Bachiller Escuela en las siguientes carreras:

Arquitectura de Interiores

Dirección y Diseño Gráfico

AUTOR(ES)

MADAI DORCAS ARROYO VASQUEZ

Carrera: Dirección y Diseño Gráfico

BRENDA ANDREA BARDALES ROMERO

Carrera: Arquitectura de Interiores

Merma de alimentos orgánicos



Nuestro equipo



BRENDA BARDALES



SABI ALDERETE



EILEEN PONCE



MADAI ARROYO



MERMA CERO360

Metodología TLS Thinking

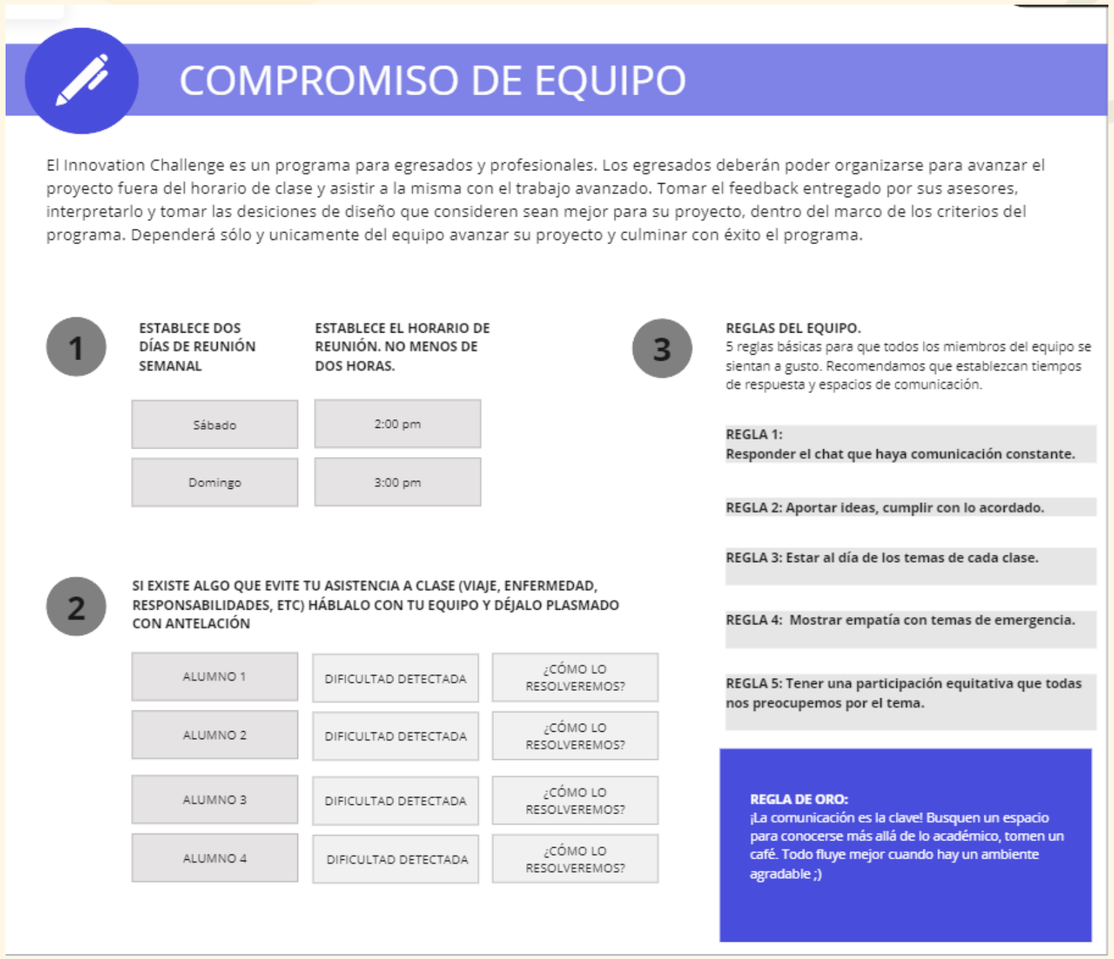
Semana 1

Introducción



Presentación del equipo así como la definición del nombre y encargado del grupo.

MERMA CERO360



COMPROMISO DE EQUIPO

El Innovation Challenge es un programa para egresados y profesionales. Los egresados deberán poder organizarse para avanzar el proyecto fuera del horario de clase y asistir a la misma con el trabajo avanzado. Tomar el feedback entregado por sus asesores, interpretarlo y tomar las desiciones de diseño que consideren sean mejor para su proyecto, dentro del marco de los criterios del programa. Dependerá sólo y unicamente del equipo avanzar su proyecto y culminar con éxito el programa.

1

ESTABLECE DOS DÍAS DE REUNIÓN SEMANAL	ESTABLECE EL HORARIO DE REUNIÓN. NO MENOS DE DOS HORAS.
Sábado	2:00 pm
Domingo	3:00 pm

2

SI EXISTE ALGO QUE EVITE TU ASISTENCIA A CLASE (VIAJE, ENFERMEDAD, RESPONSABILIDADES, ETC) HÁBLALO CON TU EQUIPO Y DÉJALO PLASMADO CON ANTELACIÓN

ALUMNO 1	DIFICULTAD DETECTADA	¿CÓMO LO RESOLVEREMOS?
ALUMNO 2	DIFICULTAD DETECTADA	¿CÓMO LO RESOLVEREMOS?
ALUMNO 3	DIFICULTAD DETECTADA	¿CÓMO LO RESOLVEREMOS?
ALUMNO 4	DIFICULTAD DETECTADA	¿CÓMO LO RESOLVEREMOS?

3

REGLAS DEL EQUIPO.
5 reglas básicas para que todos los miembros del equipo se sientan a gusto. Recomendamos que establezcan tiempos de respuesta y espacios de comunicación.

REGLA 1:
Responder el chat que haya comunicación constante.

REGLA 2: Aportar ideas, cumplir con lo acordado.

REGLA 3: Estar al día de los temas de cada clase.

REGLA 4: Mostrar empatía con temas de emergencia.

REGLA 5: Tener una participación equitativa que todas nos preocupemos por el tema.

REGLA DE ORO:
¡La comunicación es la clave! Busquen un espacio para conocerse más allá de lo académico, tomen un café. Todo fluye mejor cuando hay un ambiente agradable ;)

Definición de días de reuniones inicialmente además de las reglas de grupo a cumplir durante el tiempo del proyecto de innovación e investigación.



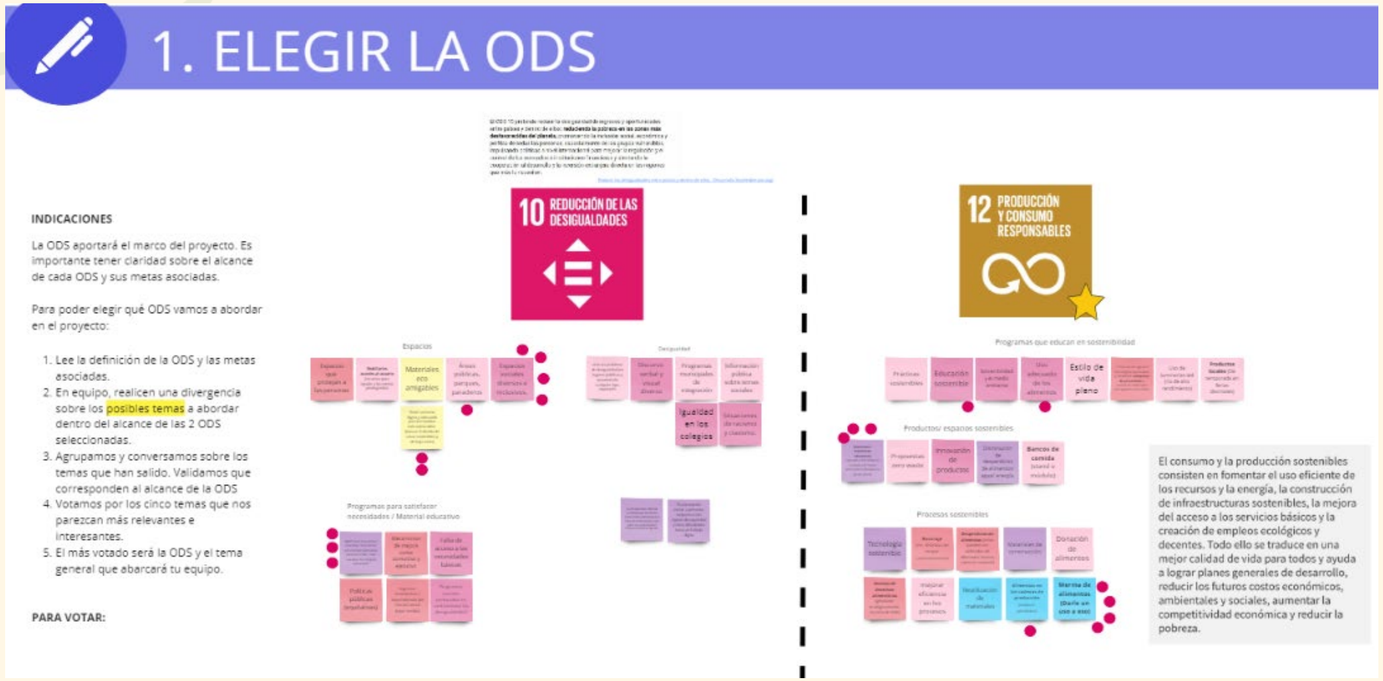
Metodología TLS Thinking

Semana 2

Investigación

MERMA CERO360

1. ELEGIR LA ODS



INDICACIONES

La ODS aportará el marco del proyecto. Es importante tener claridad sobre el alcance de cada ODS y sus metas asociadas.

Para poder elegir qué ODS vamos a abordar en el proyecto:

1. Lee la definición de la ODS y las metas asociadas.
2. En equipo, realicen una divergencia sobre los posibles temas a abordar dentro del alcance de las 2 ODS seleccionadas.
3. Agrupamos y conversamos sobre los temas que han salido. Validamos que corresponden al alcance de la ODS
4. Votamos por los cinco temas que nos parezcan más relevantes e interesantes.
5. El más votado será la ODS y el tema general que abarcará tu equipo.

PARA VOTAR:



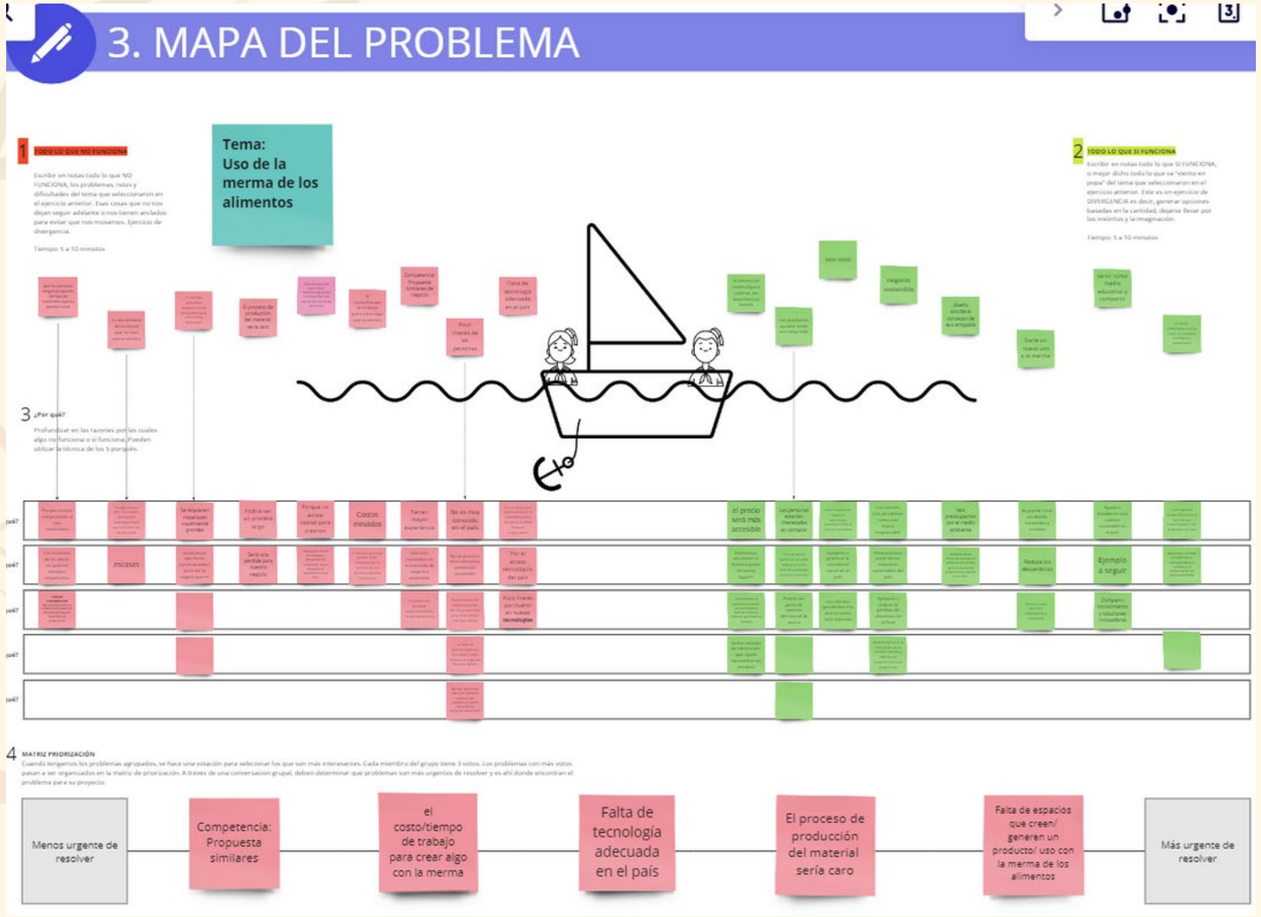
Link de investigación de ODS: https://docs.google.com/document/d/1GkyOY3iUTCvtTziNQ2qwm9rBjybZ-DRen1rcPECdv38/edit

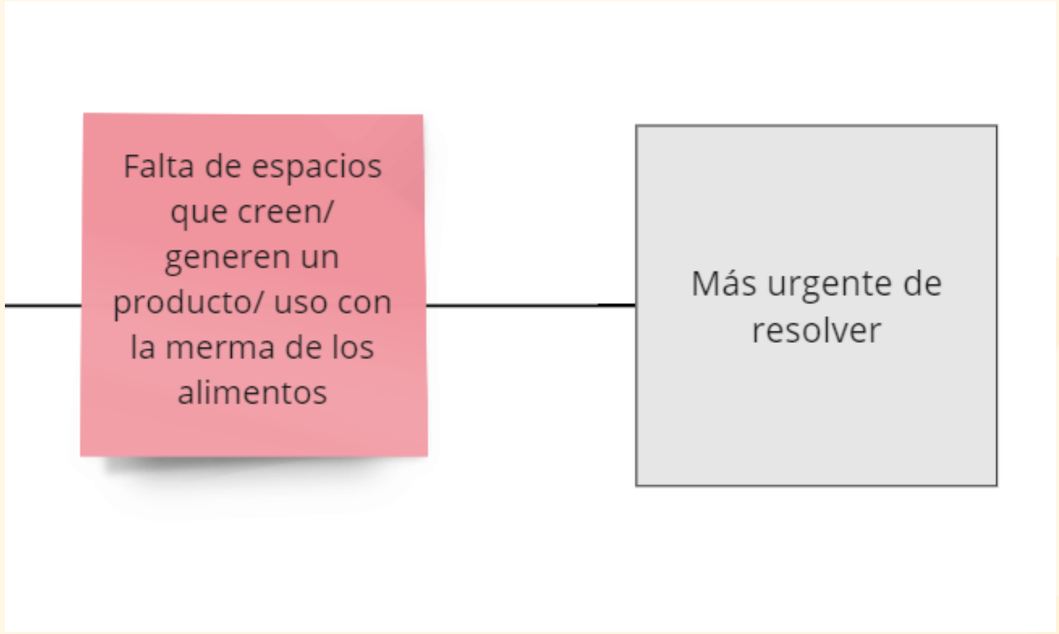
En dicha semana se investigó acerca de las ODS y sus metas asociadas, elegimos la ODS 12, que es la producción y consumo responsable, con el tema de Merma de alimentos orgánicos.



En este lienzo, se definió el tema del proyecto mediante los temas más votados en el lienzo anterior, anotamos las metas asociadas y según ello describimos las habilidades propias blandas y profesionales de cada una con respecto al tema, por ello se concluyó que el tema sería: Uso de la merma de los alimentos.

MERMA CERO360





Por un lado, se desarrolló todo lo que no funciona, problemas, retos y dificultades acerca del tema seleccionado, en él se describieron las cosas que no nos podrían dejar seguir adelante para luego tomar en cuenta lo que sí funciona. Este ejercicio se basó en el instinto. En conclusión, el problema más urgente a resolver sería: Falta de espacios que creen/ generen un producto/ uso con la merma de los alimentos.

MERMA CERO360





En el lienzo 4, realizamos el análisis DPESTA, identificamos los factores del contexto, el cual nos ayudó a posicionar el negocio en el mercado, identificar oportunidades amenazas y cambios. En dicho análisis identificamos factores demográficos, socioculturales, políticos, económicos, tecnológicos y ambientales.



MERMA CERO360

Metodología TLS Thinking

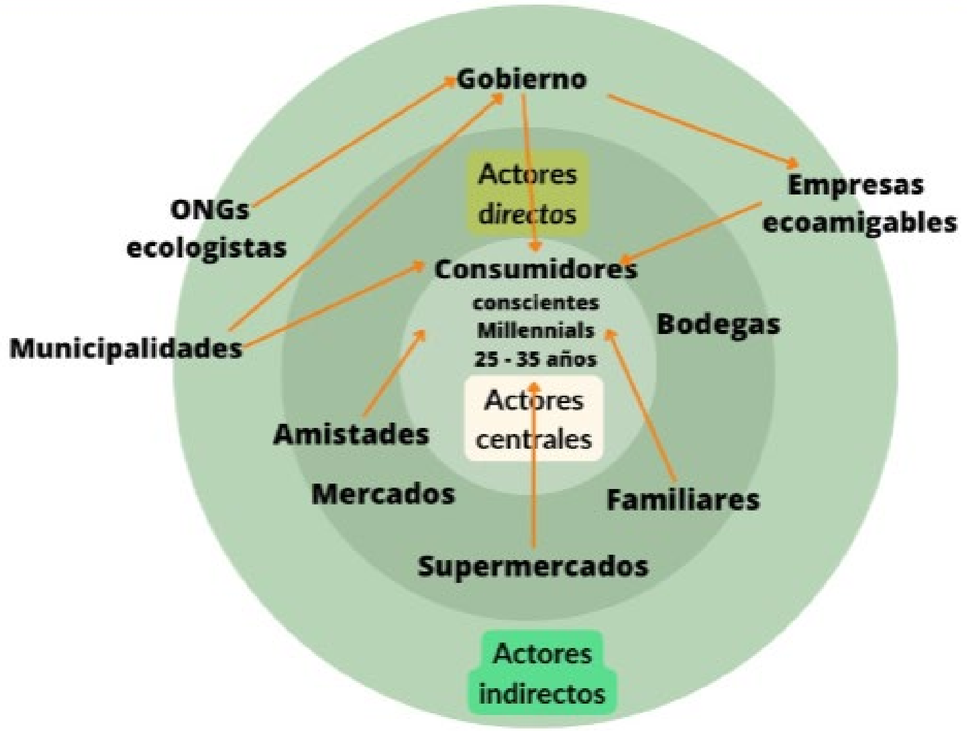
Semana 3

Investigación

MERMA CERO360

4.MAPA DE ACTORES

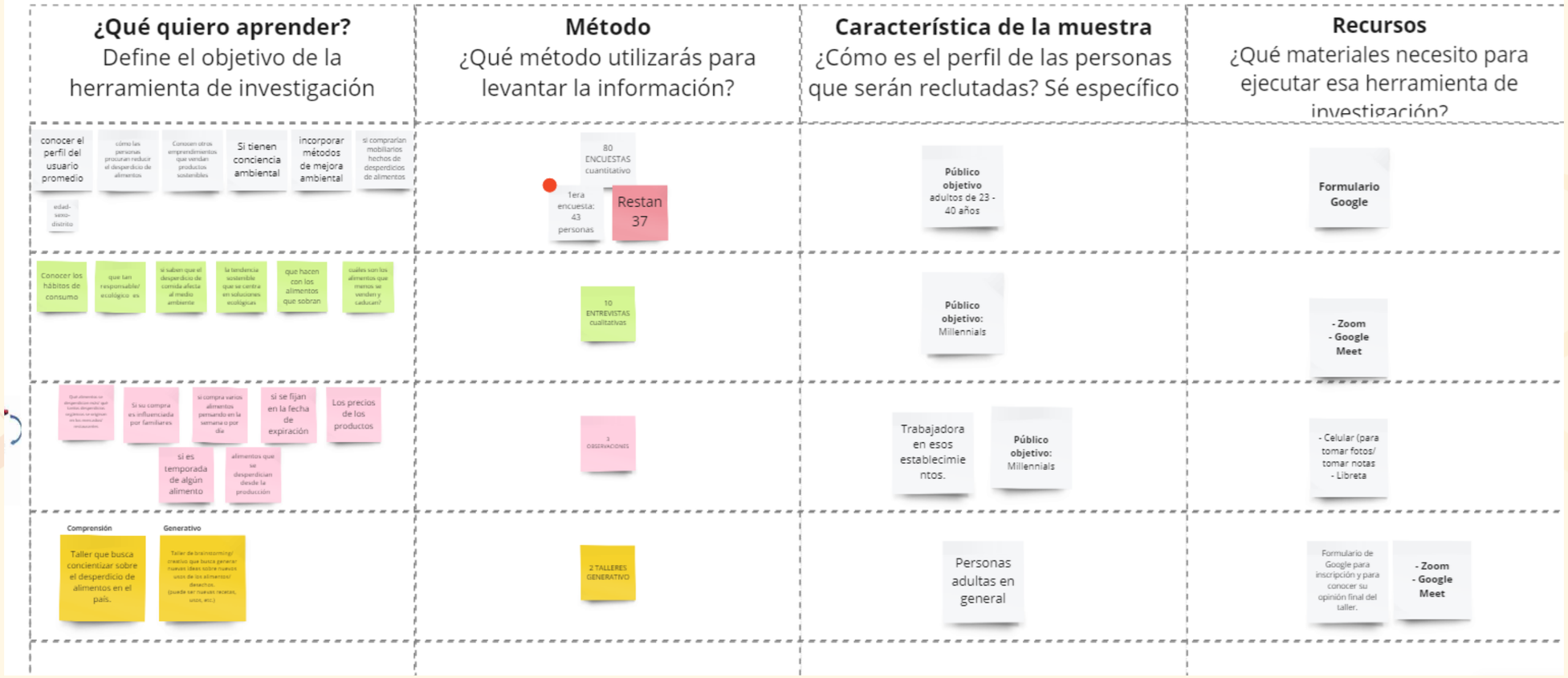
Mapa de actores



En la semana 3, lienzo 4, realizamos el mapa de actores, en donde identificamos todos los actores que se relacionan con el tema seleccionado. Para ello se realizó una investigación de la cadena de procesos que llevan los alimentos para poder comprender a los actores que intervienen.

MERMA CERO360

5.PLAN DE INVESTIGACIÓN CENTRADA EN PERSONAS



En el lienzo 5, realizamos el plan de investigación centrado en personas, definimos el objetivo de la investigación, el método que usaremos como encuestas: entrevistas, observaciones y talleres, característica de la muestra y los recursos que usaremos para ello.

MERMA CERO360

6.GUION ENCUESTAS

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN:

RESULTADOS ESPERADOS:

Introducción: Realizar un párrafo introductorio a la encuesta y al objetivo de la misma|

Hola somos Bright Design, estamos realizando esta encuesta para poder entender sobre el desperdicio de la merma de alimentos

En el Perú se desperdician un total de 12 millones de toneladas de alimentos, entre verduras y frutas, .

Banco de preguntas: Preguntas orientadas a la caracterización de las personas, a nivel general y en relación con el problema seleccionado y la pregunta de investigación (el para qué de las encuestas o lo que se quiere conocer).

Texto informativo introductorio

¿Qué edad tienes?
23 - 28 años
29 - 34 años
35 - 40 años

¿A qué te dedicas? indicanos en dónde o a qué profesión te dedicas
Trabajo: .....
Estudio: .....
Artista: .....
Ninguno

En base a la información mencionada ... **¿Conoces sobre prácticas para evitar el desperdicio de los alimentos?**
Sí
No

¿ Has implementado alguna de estas prácticas a tu rutina?
Sí
No

(Si respondió que sí) ¿Cada cuanto lo haces?
Todos los días
Una vez a la semana
Otros: .....

¿ Qué hábitos tienes para reducir los desperdicios de alimentos/ productos en tu hogar?
Reciclo
Reuso envases
Hago Compost
Otros: .....

Con respecto a los alimentos ¿Qué alimentos se suelen desperdiciar en su casa?
Legumbres
Verduras
Frutas
Otros: .....

¿Qué haces con la merma?
Se van a la basura
Otros: .....

Para ti ¿Qué significa ser una persona responsable con el medio ambiente?
Rpta: .....

¿Conoces alguna iniciativa que informe/ promueva nuevas alternativas para evitar el desperdicio de alimentos? (Si marcaste si nombra algunas)
Sí
No
Menciona .....

¿Conoces alguna empresa que venda productos, mobiliarios con la merma de algún alimento?
Sí
No
Menciona cuál.....

De existir una tienda que venda mobiliarios y productos hechos con desperdicios de alimentos, ¿Estarías interesado en comprar?
Sí
No

¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un mobiliario con esta propuesta?
De 60-100
100-200
200-300
300-600

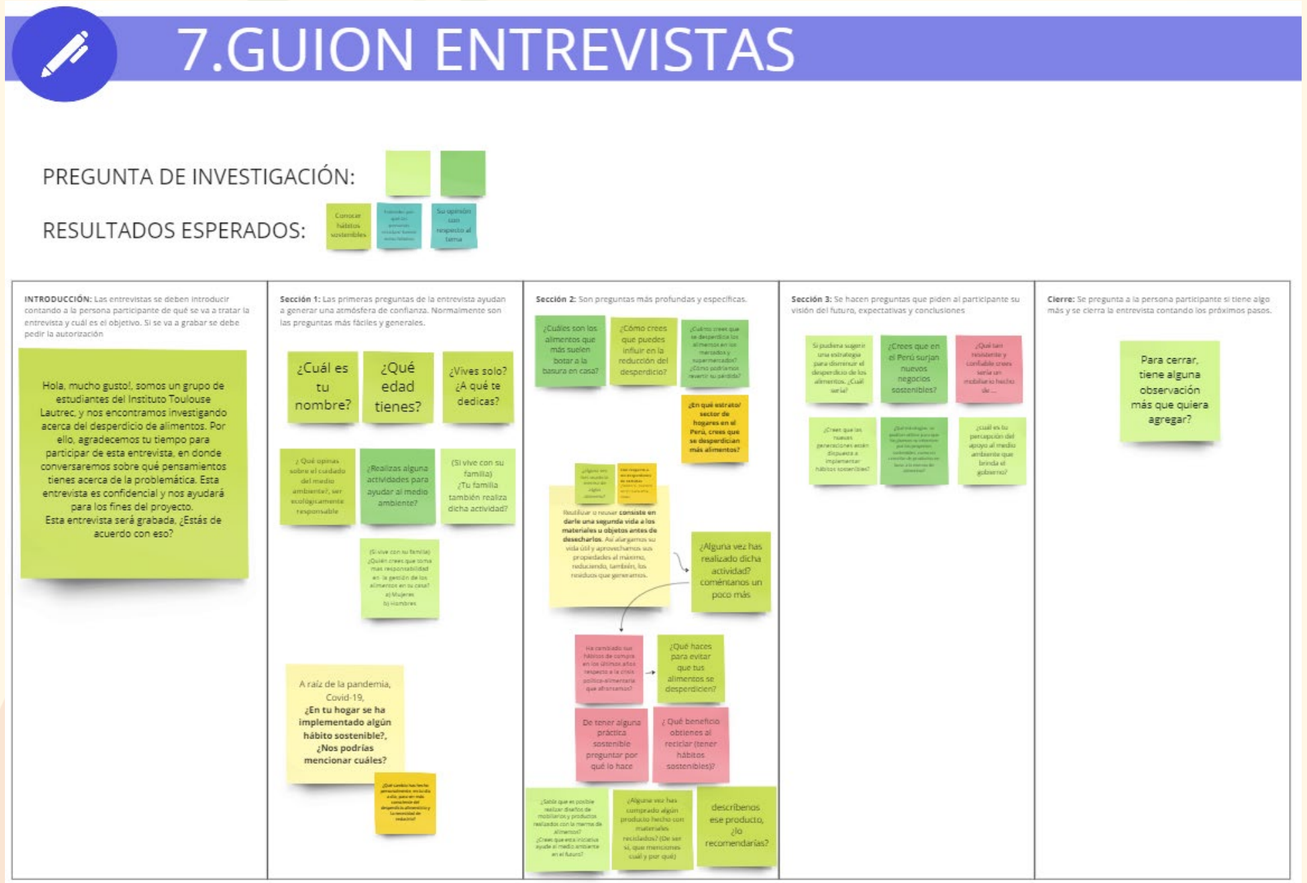
Con respecto a una tienda que venda mobiliarios y productos hechos con desperdicios de alimentos ¿Cómo crees que influirá positivamente este proyecto?
Rpta.....

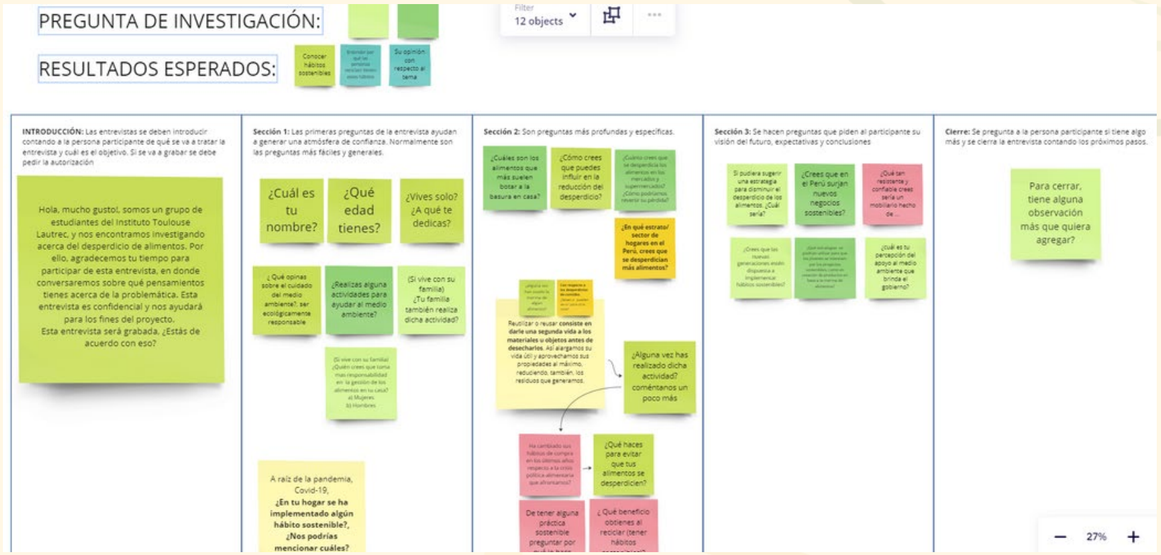
Cierre: Preguntas que orienten conclusiones. Se pueden plantear preguntas abiertas a modo de reflexión o aportes de las personas.

En el siguiente lienzo, abordamos el guión de encuestas, realizamos la introducción y las preguntas que nos ayudarían a conocer más de los posibles usuarios y al mercado.

MERMA CERO360

7.GUION ENTREVISTAS





Lo mismo se realizó para el guión de entrevistas para poder conocer más sobre la opinión sobre la problemática y hábitos de consumo de nuestros posibles usuarios.

MERMA CERO360



9.DIARIO DE OBSERVACIÓN

Realiza el registro escrito y audiovisual de todo lo observado durante las jornadas de observación; el objetivo es ser muy descriptivo y objetivo con la información consignada, describe el contexto, el horario, las personas que observaste, cuenta como fueron sus comportamientos, acciones y actividades frente a determinada situación, escribe lo que las personas comentaron u opinaron, incluye aspectos del lenguaje corporal y no verbal. ¡Cuenta todo! los quehaceres cotidianos, las relaciones, las costumbres, los comportamientos, lo "normal" y lo "no normal". No olvides incluir imágenes (fotografías, planos o gráficas capturadas).

Día - horario - Lugar de la observación	Descripción del lugar	Descripción de las personas	Elementos y eventos observados: actividades, quehaceres, acciones, interacciones, comportamientos, situaciones, aspectos "normales" y "no normales", entre otros
brenda domingo 21 de abril, 19:30pm pollería Nico Rico's	Es una pollería, ubicado en los cedros de villa, chorrillos, es un lugar espacioso, nuevo, ordenado, con un buen ambiente, el local está lleno de clientes, un aproximado de 35 personas. En el equipo de trabajo son 5 personas.	es una pollería nueva, en donde van un promedio de ..... personas, el fin de semana son los días que más consumen en el local, suelen pedir un pollo con papas y ensalada o medio pollo con papas y ensalada	se observa que lo que suelen sobrar en sus platos es parte de la ensalada, huesos, parte de las papas fritas. Observé que hay mas mermas de vegetales y pollo como los huesos, pero tiene tachos para desechos orgánicos, y tachos para desechos inorgánicos como plasticos, servilletas, etc. En total observé que botaron 5 bolsas de basura el domingo.
Sabi viernes, 18 de abril, Cevichería Puro Tumbes	Es una cebichería ubicado en la Avenida Canadá, La Victoria. Es un local concurrido por las personas, con un buen ambiente, fresco, amplio y con buena atención. Todas las veces que en pedido y para llenó con mas de 60 personas.	Es un lugar concurrido, a su alrededor hay empresas, supermercados, es muy visitado, el fin de semana son los días que más consumen en el local, suelen pedir individualmente los días de semana y los fines de semana son mas familiares. Piden ceviche, arroz chaufa de langostinos, mariscos etc..	se observa que lo que suelen sobrar en sus platos es arroz, ajíes, cebolla y lechuga y restos de cáscaras de algunos animales. Observé que hay mermas de algunas verduras como la lechuga y ajíes. Tienen tachos orgánicos.
Madai Sábado, 20 de abril, Puesto ambulante de jugos de naranja y piña	El ambiente utilizado en la calle. Al frente de la estación del tren San Martín donde se puede apreciar a dos ambulantes que trabajan vendiendo jugo de naranja y piña. Los jugos son preparados a instante, las cascaras son separados en bolsas diferentes.	Los puestos de ambos vendedores siempre para repleto de personas que estan comprando jugos y frutas picadas como de la piña, esto es debido a que son frescos y nutritivo, las cascaras de ambas frutas son separadas y conservadas de diferente forma	Las cascaras de las piña las colocaban a un costado para unaluego venderlas y las de naranja en una bolsa transparente para ser desechadas.



Día - horario - Lugar de la observación	Descripción del lugar	Descripción de las personas	Elementos y eventos observados: actividades, quehaceres, acciones, interacciones, comportamientos, situaciones, aspectos "normales" y "no normales", entre otros
brenda domingo 21 de abril, 19:30pm pollería Nico Rico's	Es una pollería, ubicado en los cedros de villa, chorrillos, es un lugar espacioso, nuevo, ordenado, con un buen ambiente, el local está lleno de clientes, un aproximado de 35 personas. En el equipo de trabajo son 5 personas.	es una pollería nueva, en donde van un promedio de ..... personas, el fin de semana son los días que más consumen en el local, suelen pedir un pollo con papas y ensalada o medio pollo con papas y ensalada	se observa que lo que suelen sobrar en sus platos es parte de la ensalada, huesos, parte de las papas fritas. Observé que hay mas mermas de vegetales y pollo como los huesos, pero tiene tachos para desechos orgánicos, y tachos para desechos inorgánicos como plasticos, servilletas, etc. En total observé que botaron 5 bolsas de basura el domingo.

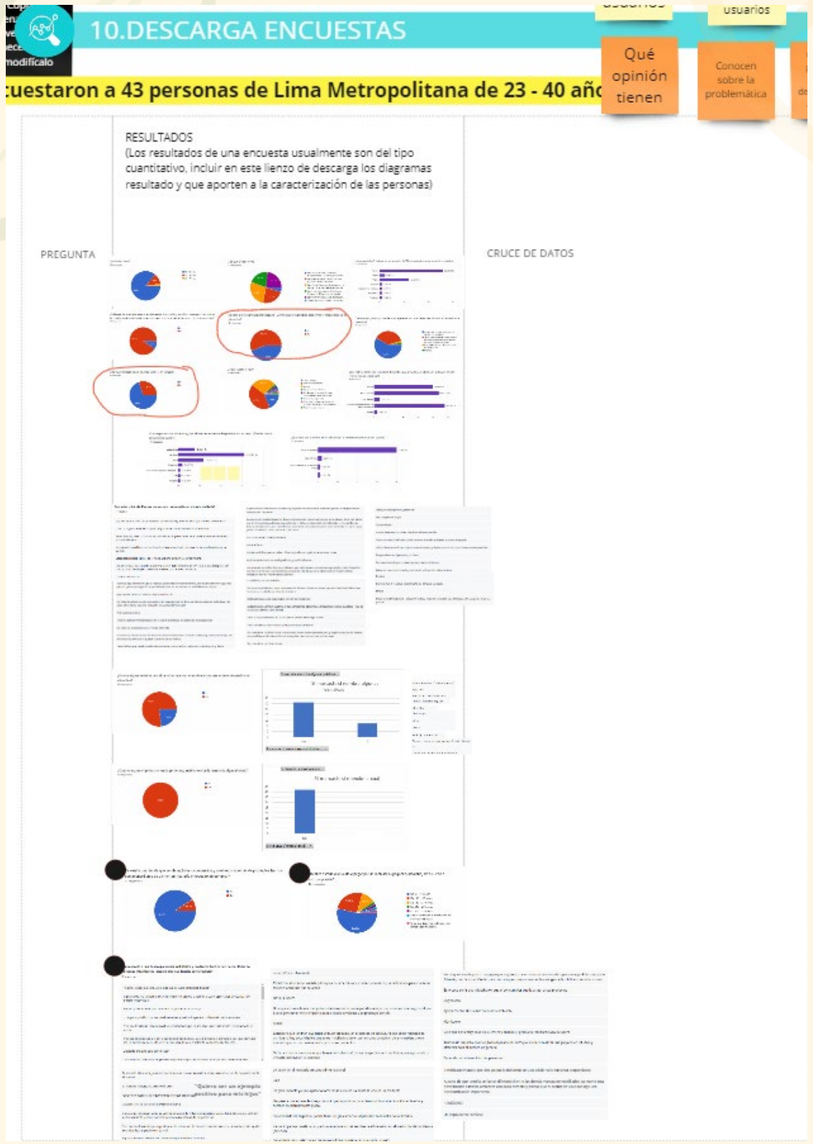
En el siguiente lienzo, realizamos las 3 observaciones que nos sirvieron para poder comprender y ver de primera mano el desperdicio que se produce día a día en distintos ámbitos.

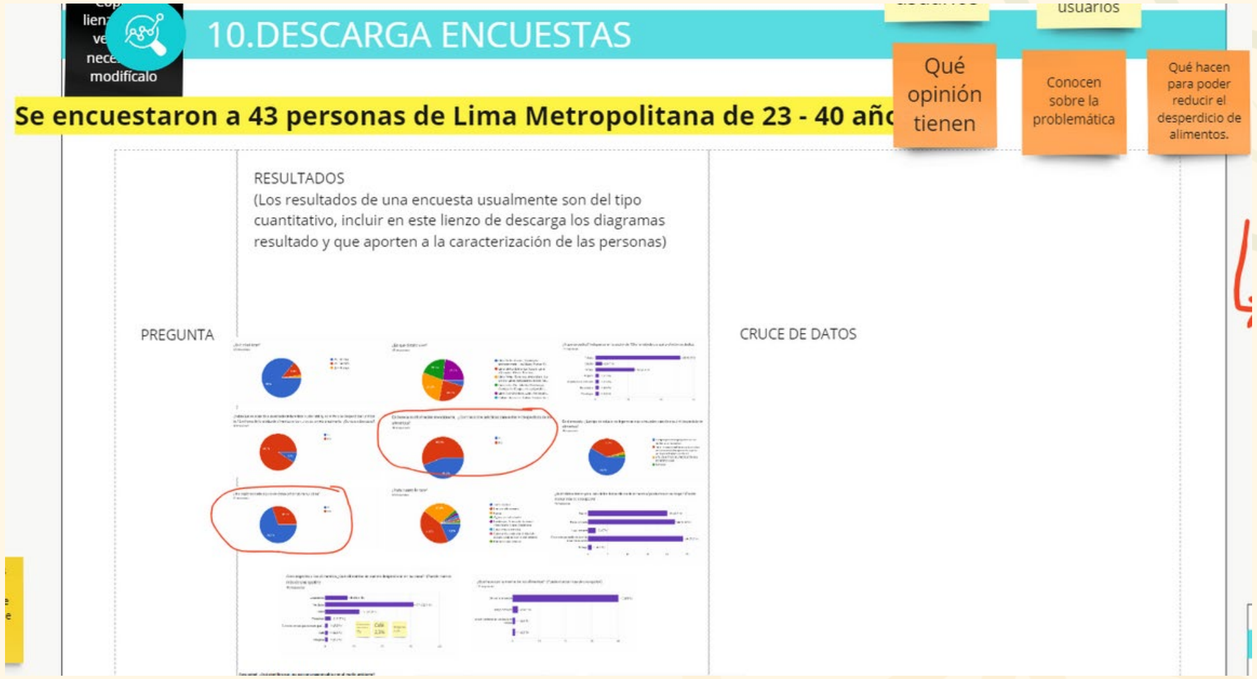


Metodología TLS Thinking

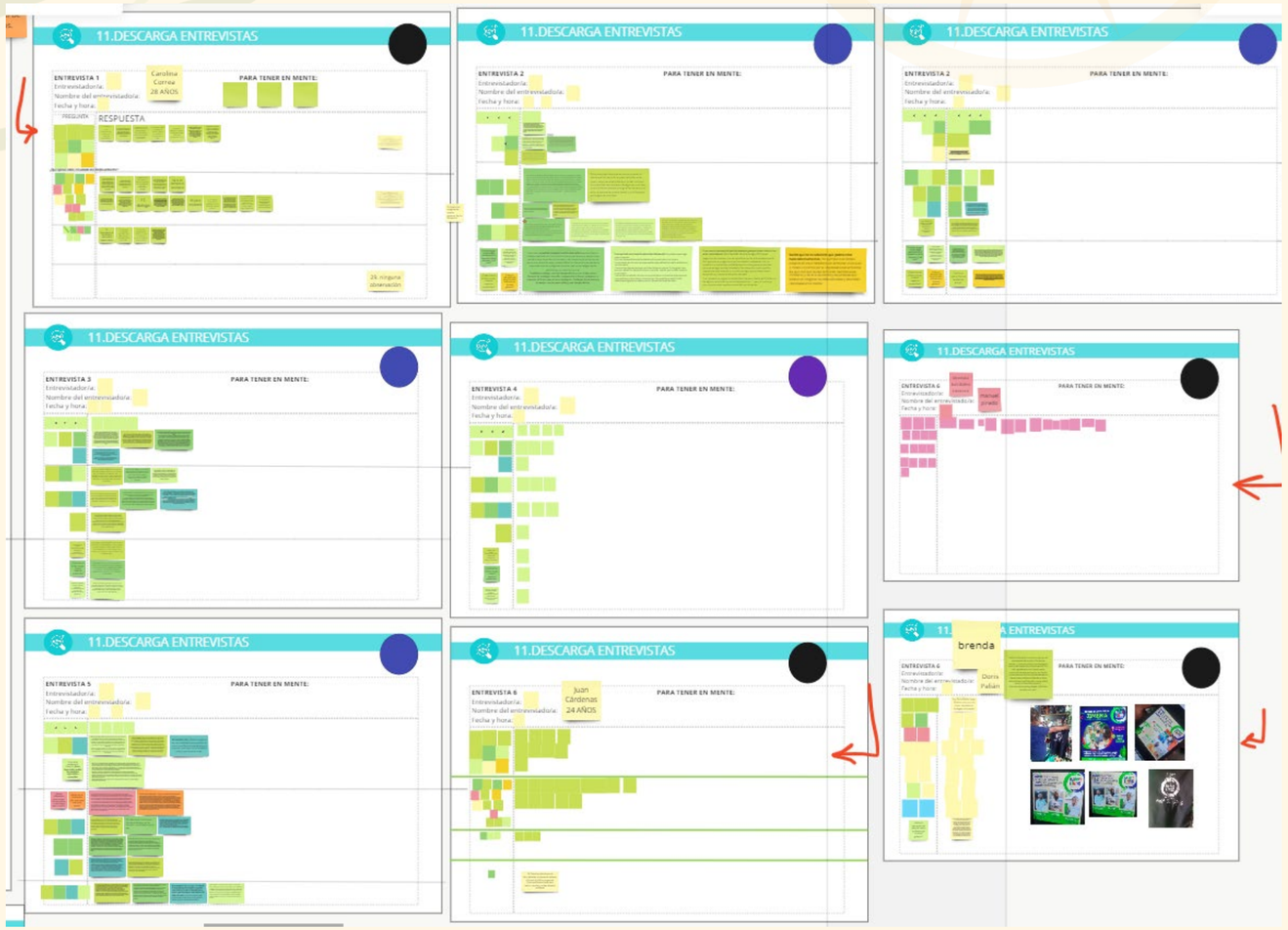
Semana 4

Investigación





En la semana 4, lienzo 10, pasamos los resultados de las encuestas. Encuestamos a 43 personas en donde pudimos conocer más sobre los hábitos que tienen frente a los desperdicios que producen y qué pensamientos tienen frente al desperdicio de mermas orgánicas. Esto nos permitió ir definiendo mejor las características que nuestro público objetivo debería tener.

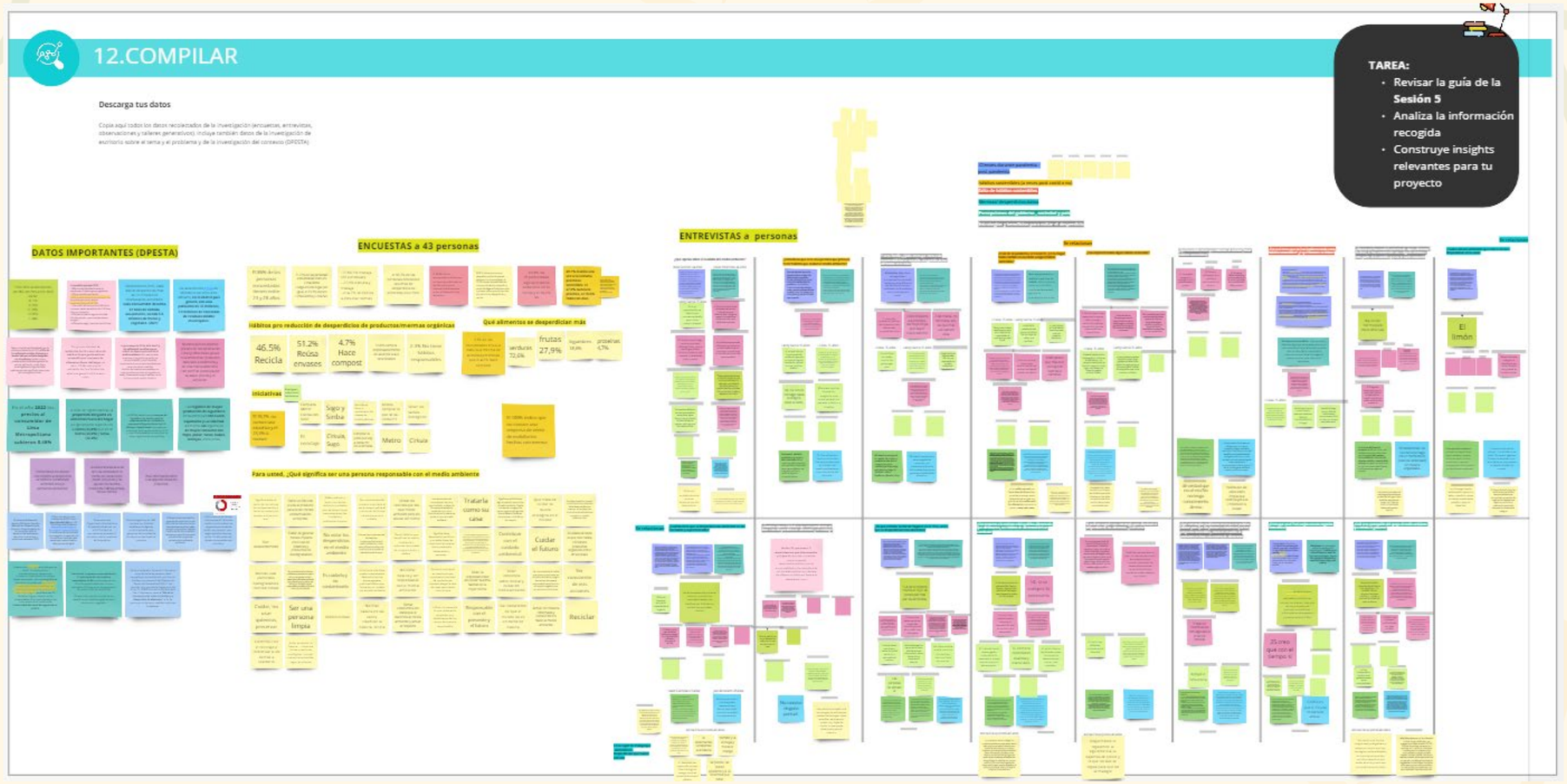






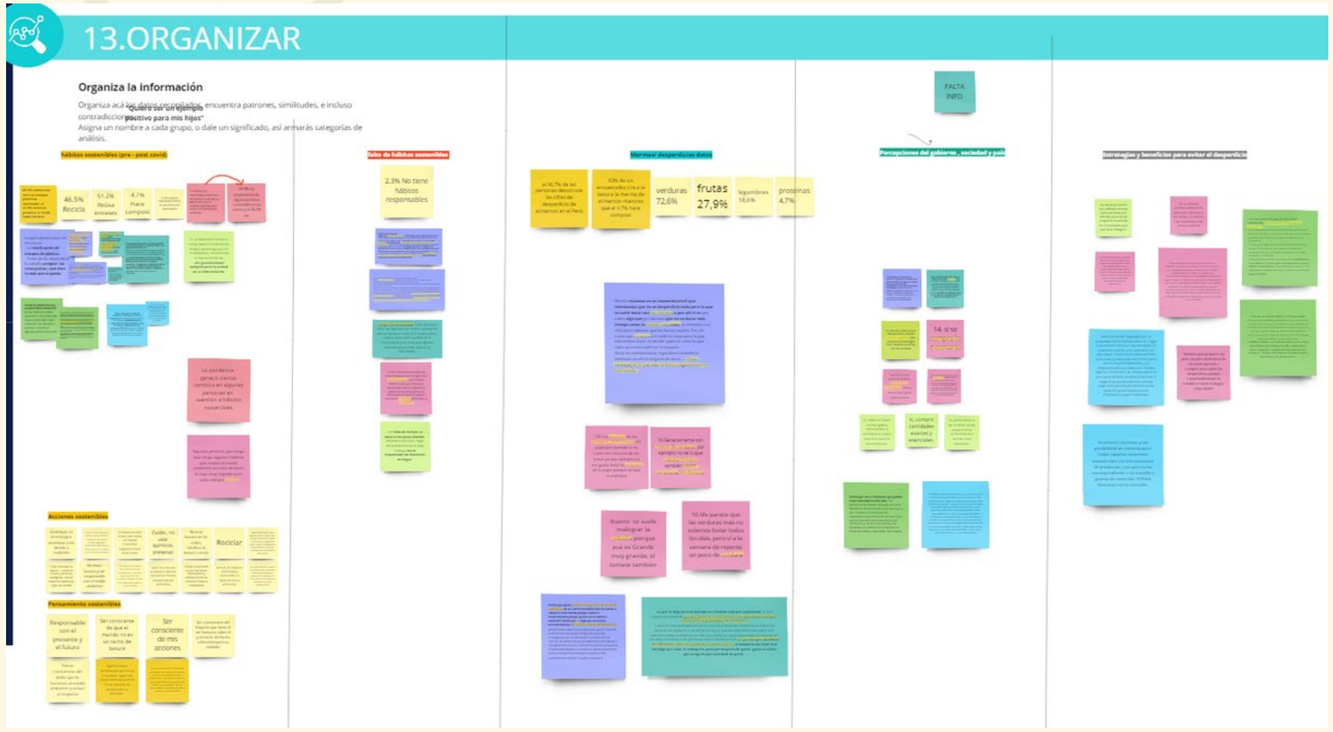
Por otro lado, se procedió a trasladar las respuestas de las personas que entrevistamos. Siendo un total de 16 personas (se encuentran en el MIRO) con las que se pudo conversar sobre sus hábitos y opiniones sobre la problemática.

MERMA CERO360

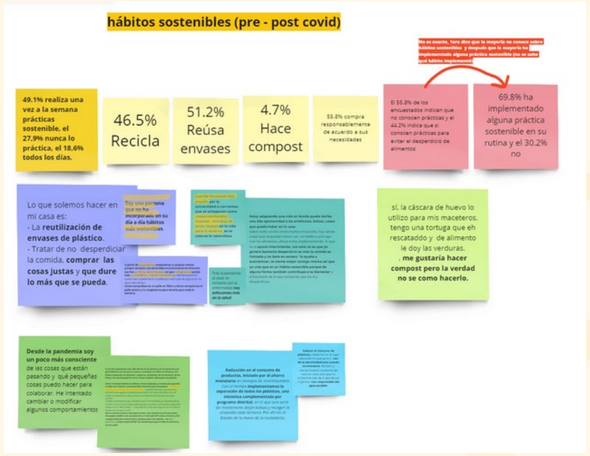


En el lienzo 12, recopilamos los datos recolectados de la investigación (encuestas, entrevistas, observaciones y talleres generativos). Incluye también datos de la investigación de escritorio sobre el tema y el problema y de la investigación del contexto (DPESTA).

MERMA CERO360

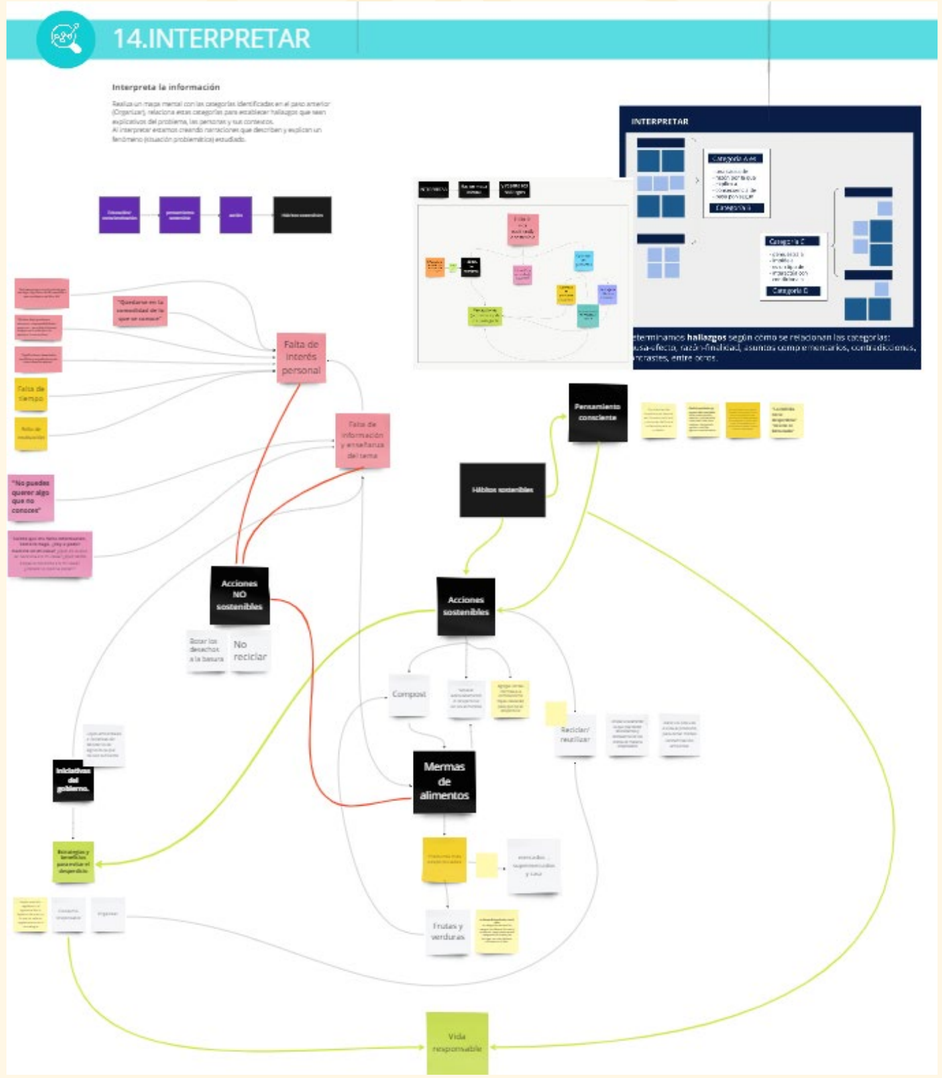






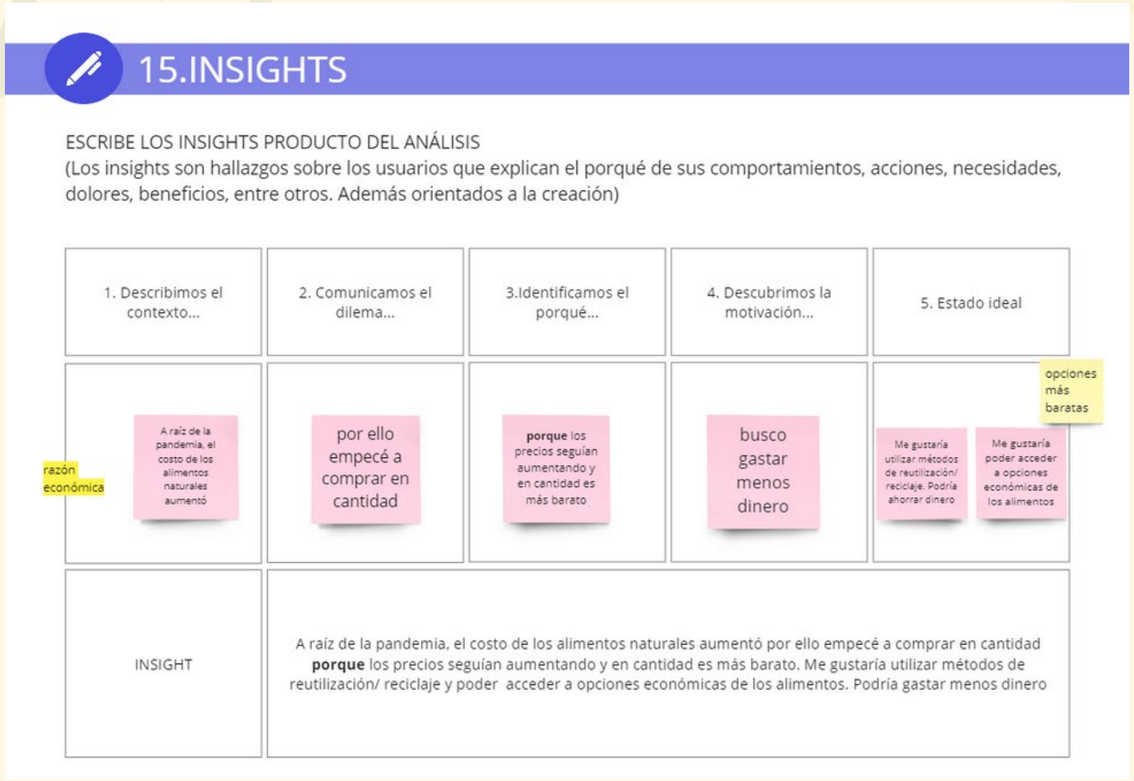
En el siguiente lienzo, organizamos todos los resultados. en donde encontramos patrones, similitudes, e incluso contradicciones. Para ello se asignaron categorías que nos ayudaron a clasificar mejor la información.

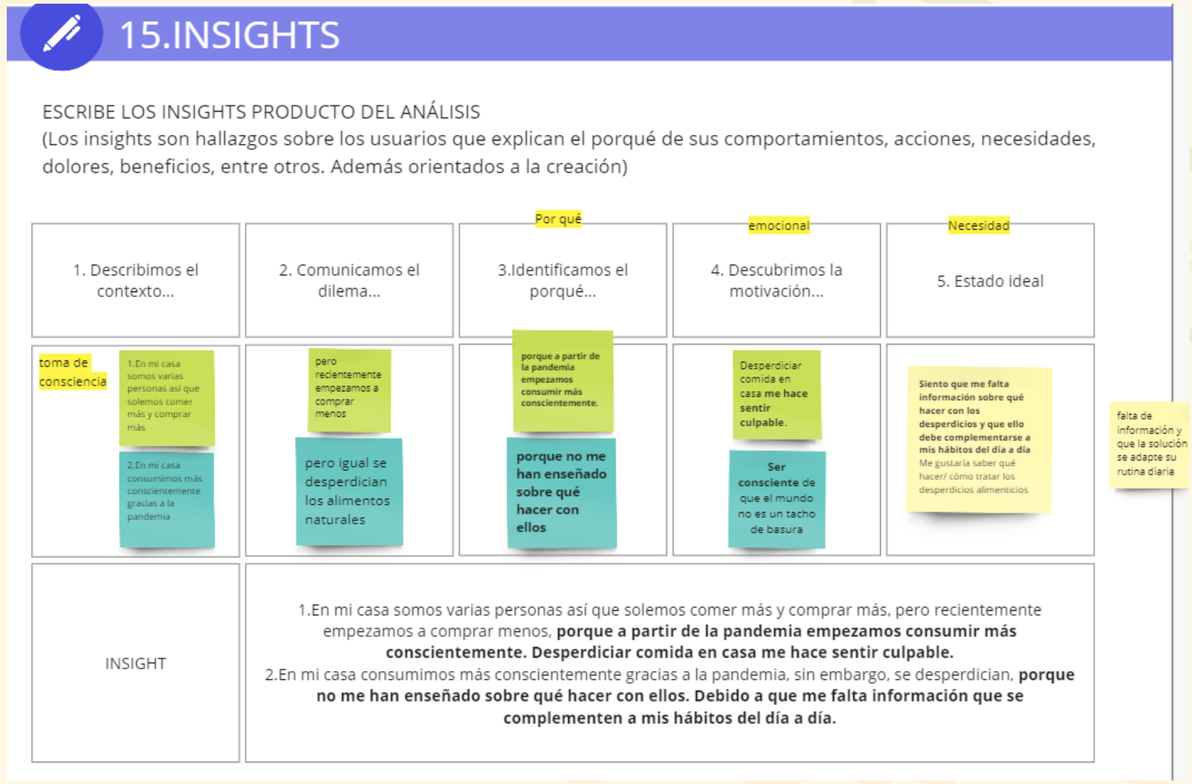
MERMA CERO360



En el lienzo 14, realizamos un mapa mental con las categorías identificadas, relaciona estas categorías para establecer hallazgos que sean explicativos del problema, las personas y sus contextos.

MERMA CERO360





En el lienzo 15, establecimos los insights producto del análisis de las entrevistas e investigación previa.

Estos hallazgos sobre usuarios que explican el porqué de sus comportamientos, acciones, dolores, etc



MERMA CERO360

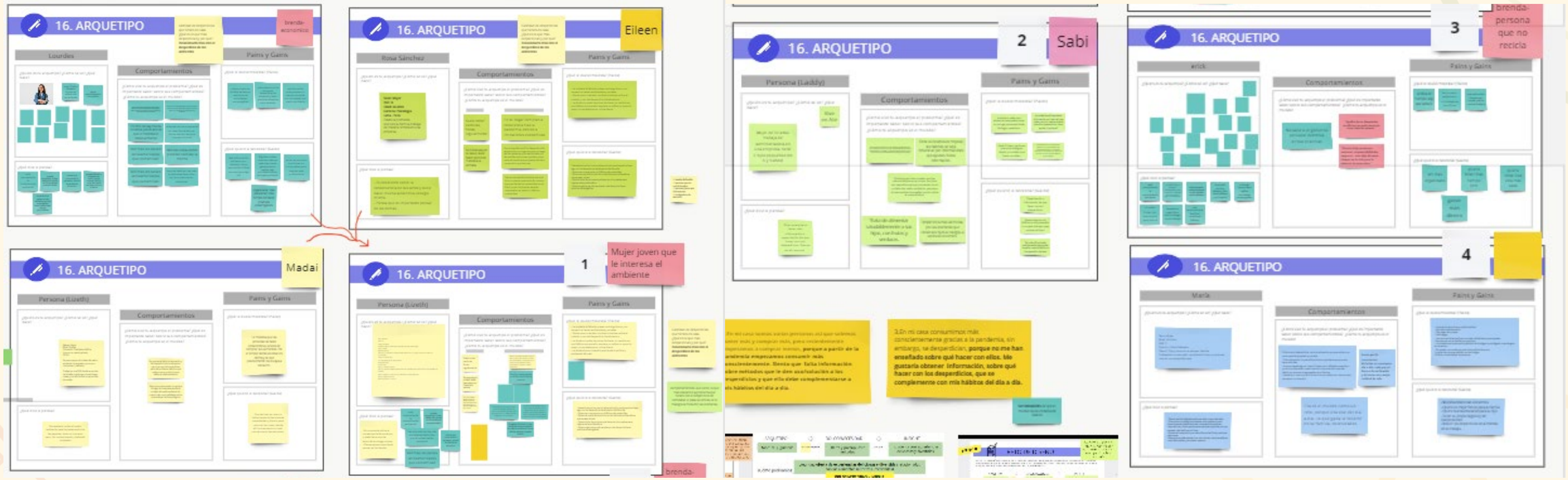
Metodología TLS Thinking

Semana 5

Investigación

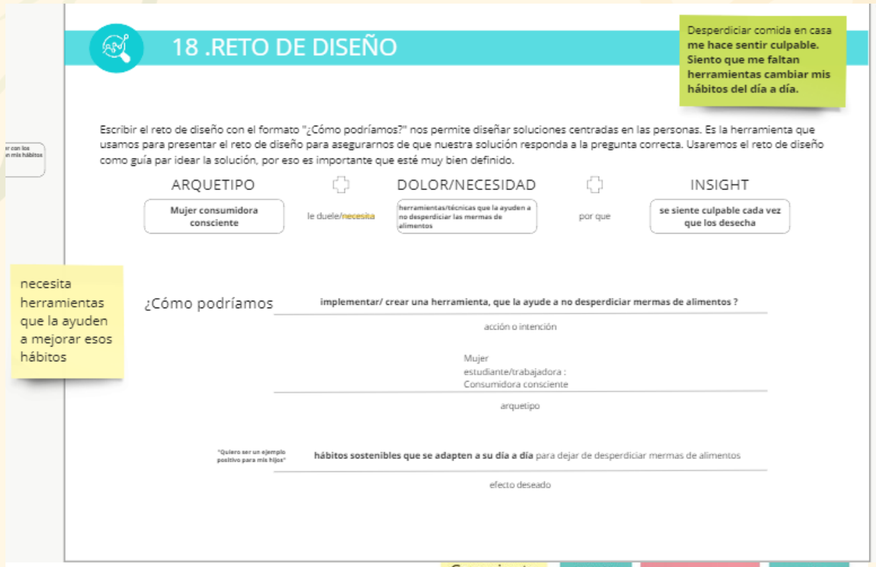
MERMA CERO360





En estos lienzos, se construyeron los arquetipos del proyecto en base a las entrevistas, investigación previa e insights descubiertos. Gracias a ello se elaboraron 4 arquetipos que reflejan las distintas personalidades frente a una misma problemática.

MERMA CERO360









En el lienzo 18 presentamos el reto de diseño en base a los arquetipos ya establecidos. Para ello tomamos en cuenta sus insights y dolores.



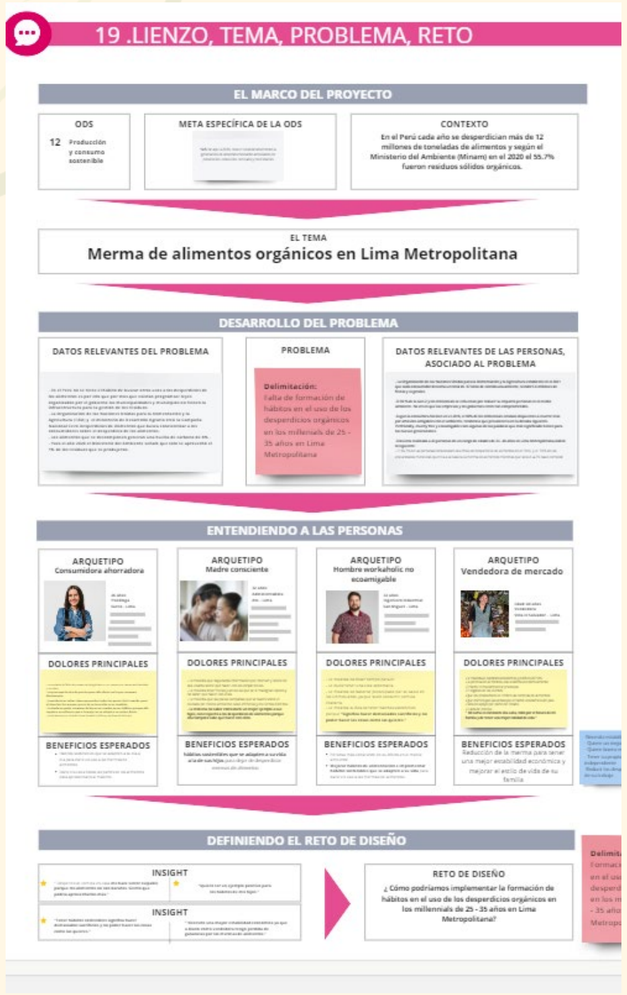
MERMA CERO360

Metodología TLS Thinking

Semana 6

Exposición del proceso de investigación

MERMA CERO360







En este lienzo sintetizamos los realizado en las semanas anteriores, se presentó el marco teórico, la ODS, meta específica, el contexto, el tema, desarrollo del problema, los arquetipos, y definimos el reto de diseño resumiéndolo en uno (basado en los específicos para cada arquetipo). Para ello se tomó en cuenta las características que algunos de nuestros arquetipos comparten y la necesidad de una solución frente a la problemática tratada.



MERMA CERO360

Metodología TLS Thinking

Semana 7

Idear









En los siguientes lienzos se desarrollaron alternativas de propuesta de valor basándonos en los dolores y necesidades de los distintos arquetipos creados. Para luego definir en una frase, todo lo tomado en cuenta sobre nuestros usuarios.

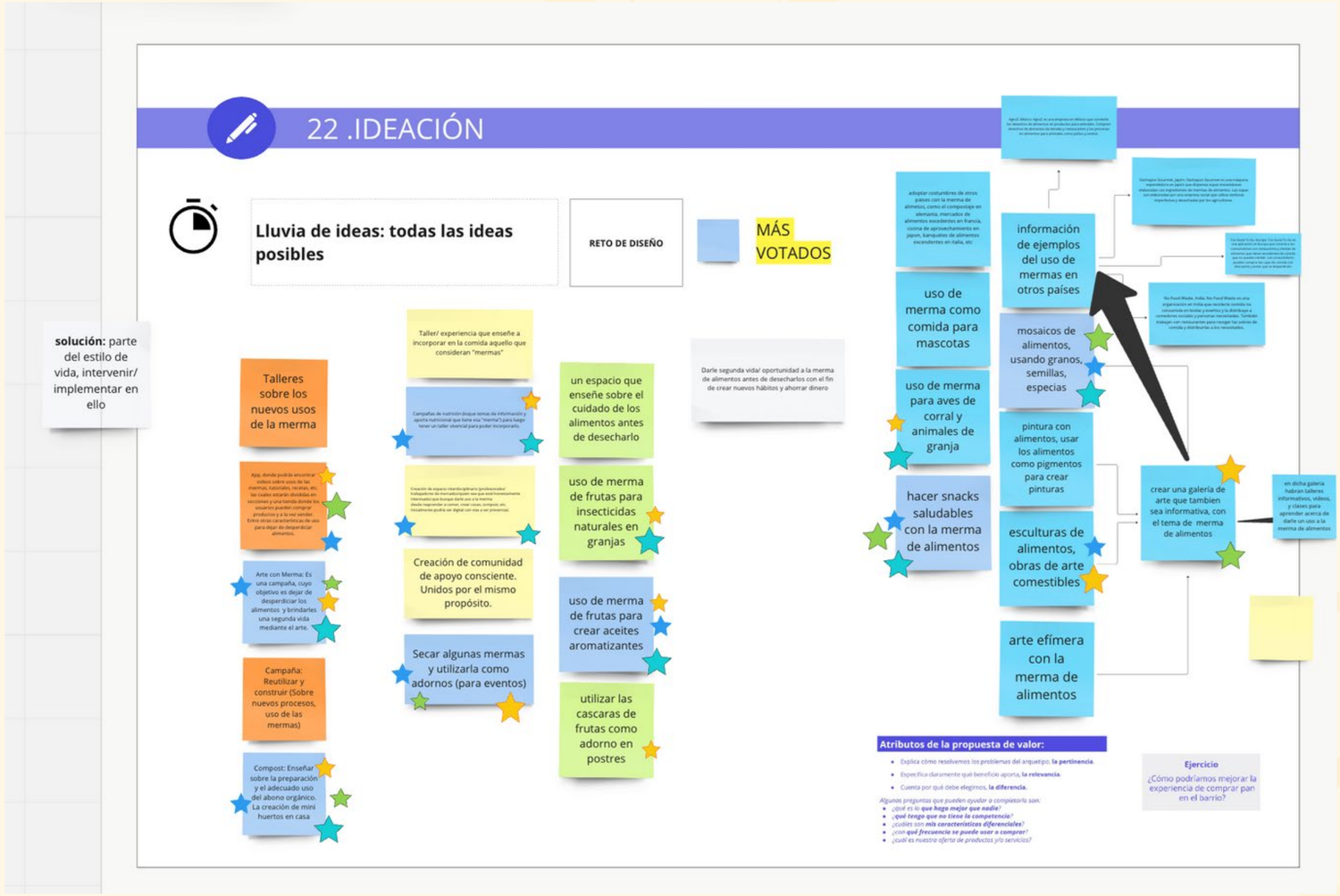


MERMA CERO360

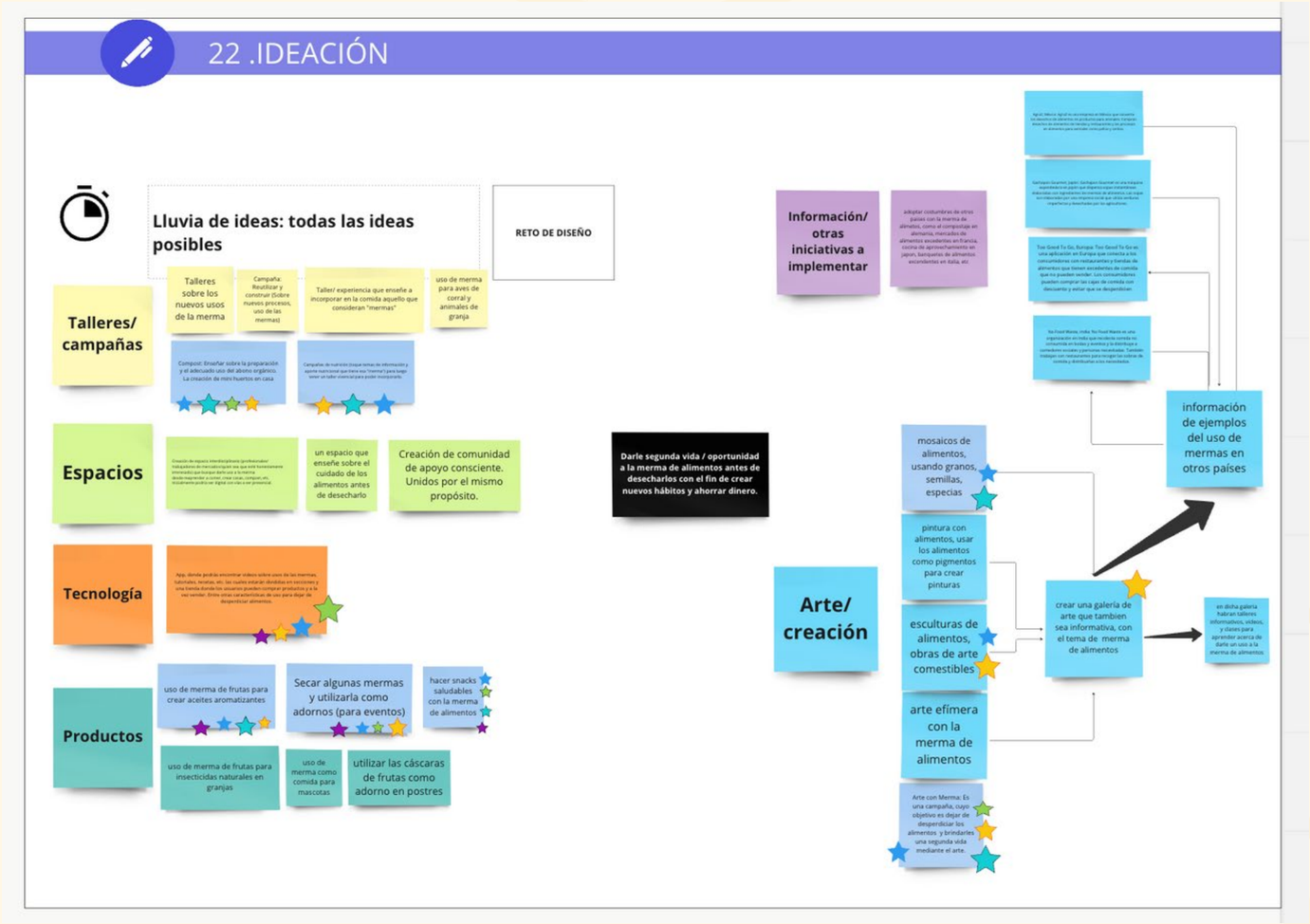
Metodología TLS Thinking

Semana 8

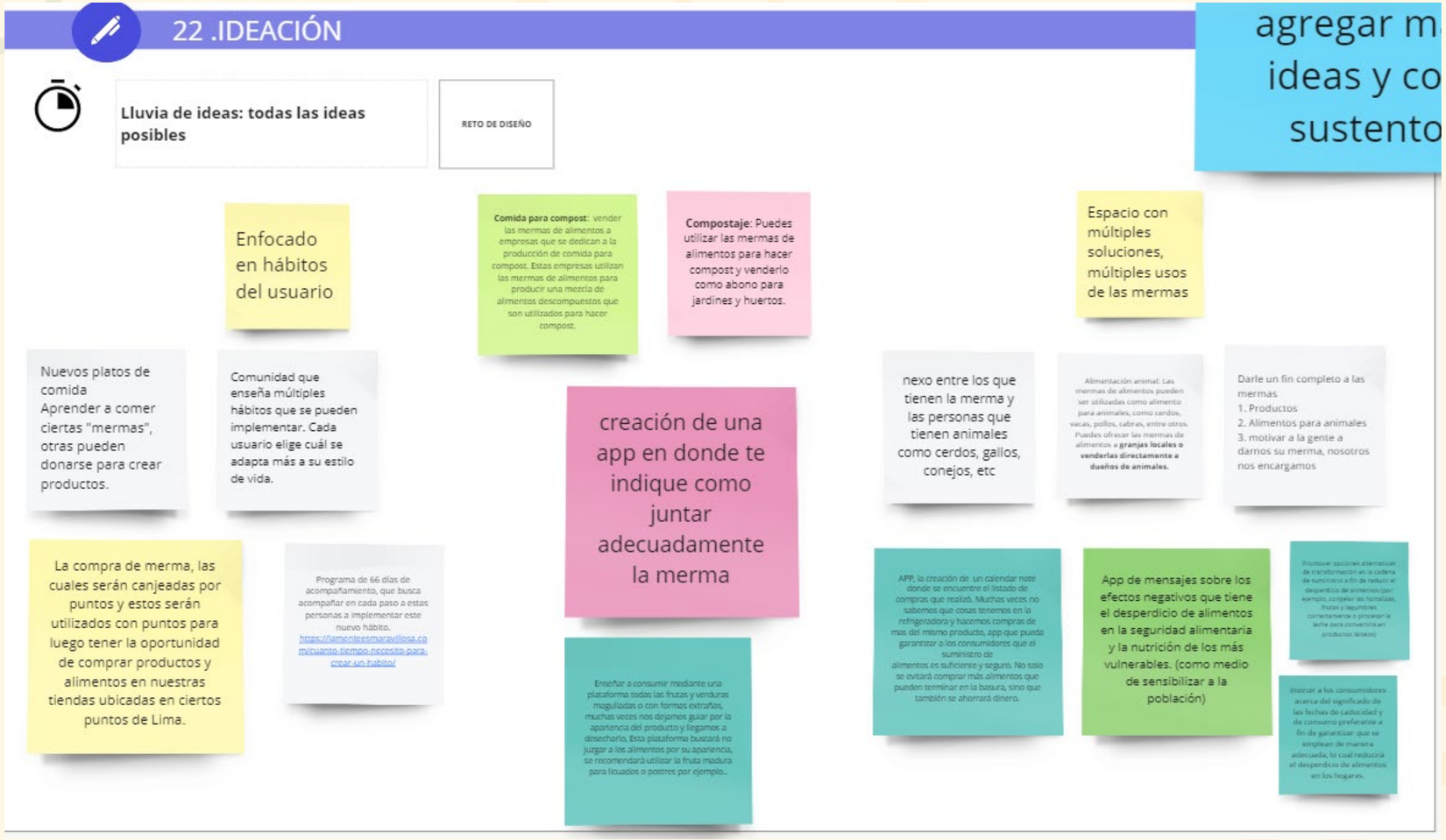
Idear



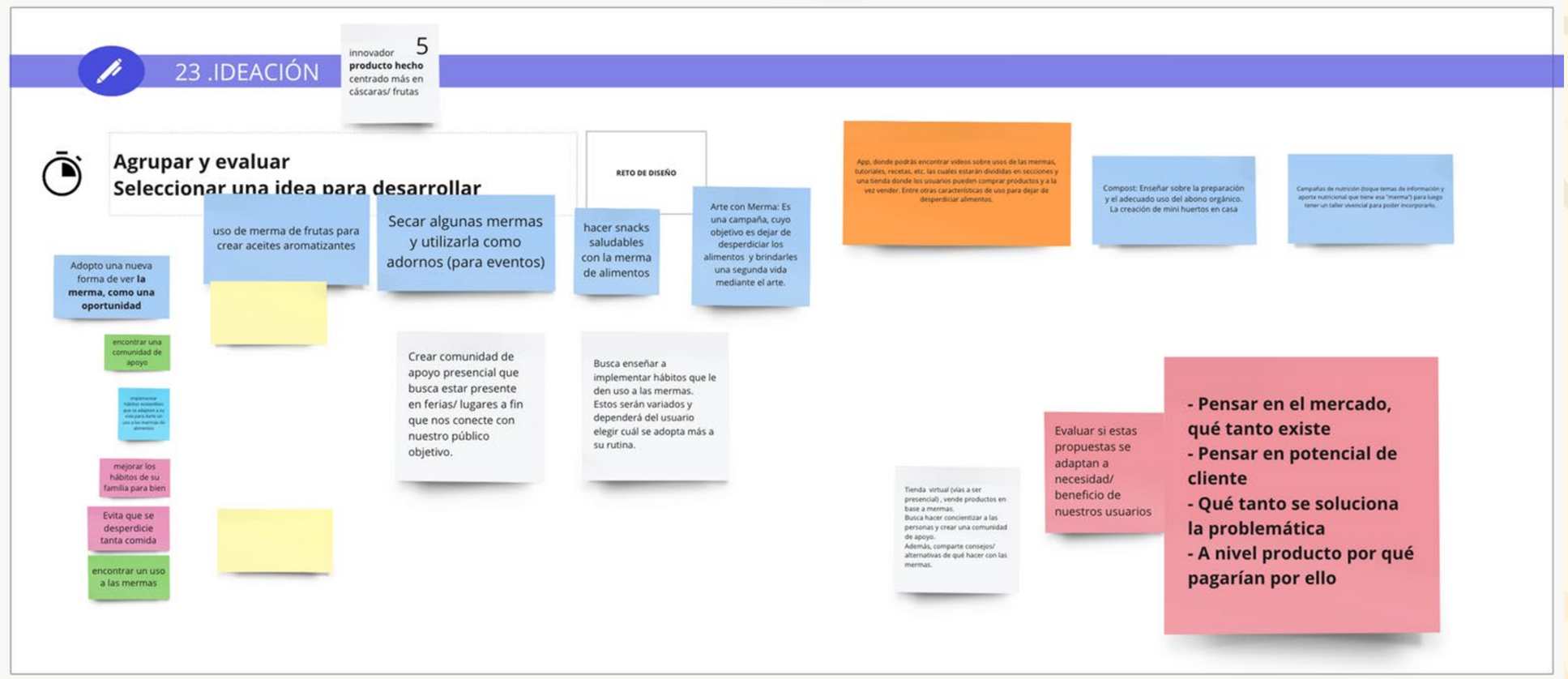
Luego de definir 1 propuesta de valor, realizamos una lluvia de ideas sobre las posibles soluciones a la problemática planteada en el lienzo 8.



Luego de realizar la lluvia de idea, organizamos los propuestas en categorías para luego elegir las que nos parecían más interesantes y proceder a clasificarlas en categorías.



Después de analizar las primeras propuestas de ideación, procedimos enfocarnos en las más votadas para proceder a crear ideas más completas y con sustento.



Luego de la lluvia de ideas, nos dimos cuenta que teníamos que enfocarnos más en el público objetivo y sus necesidades. Por ello empezamos con sus dolores y la propuesta de valor para ver qué tanto las posibles soluciones planteadas, solucionan la problemática y a considerar factores de mercado, etc.



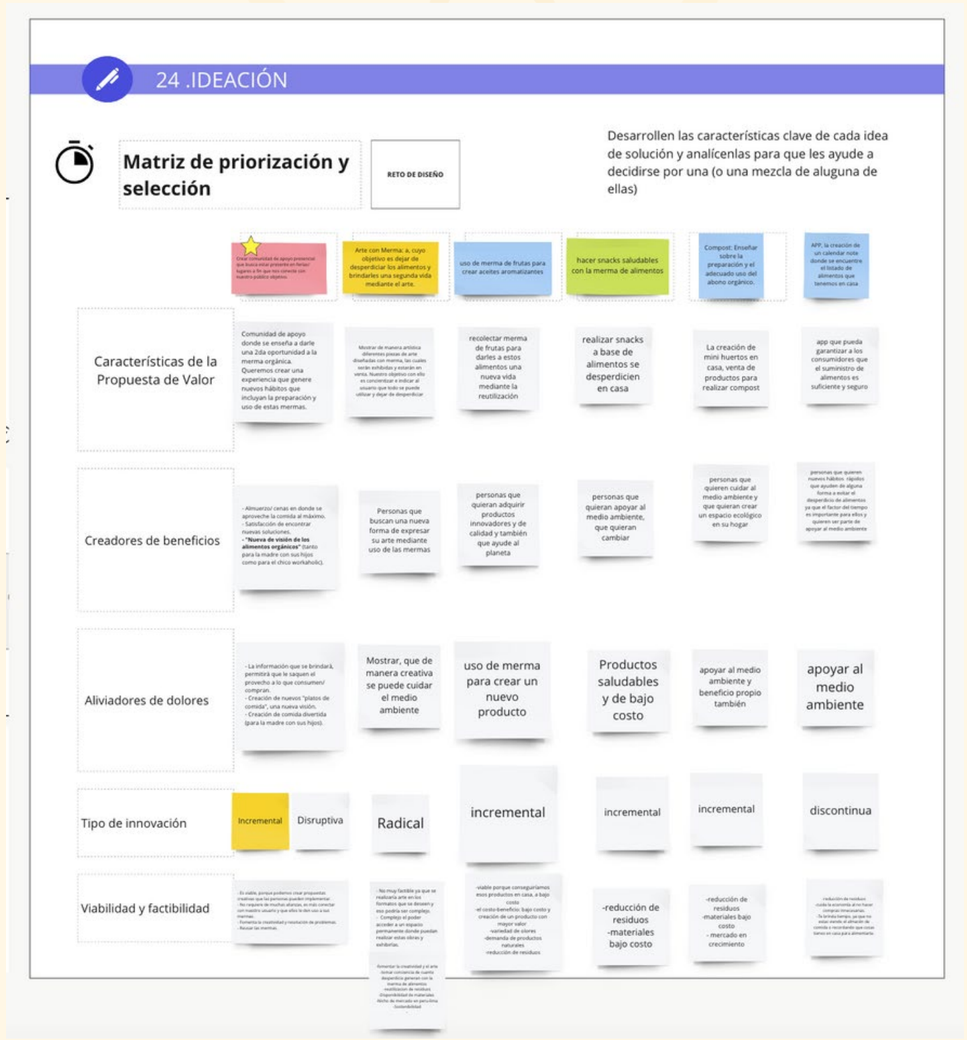
MERMA CERO360

Metodología TLS Thinking

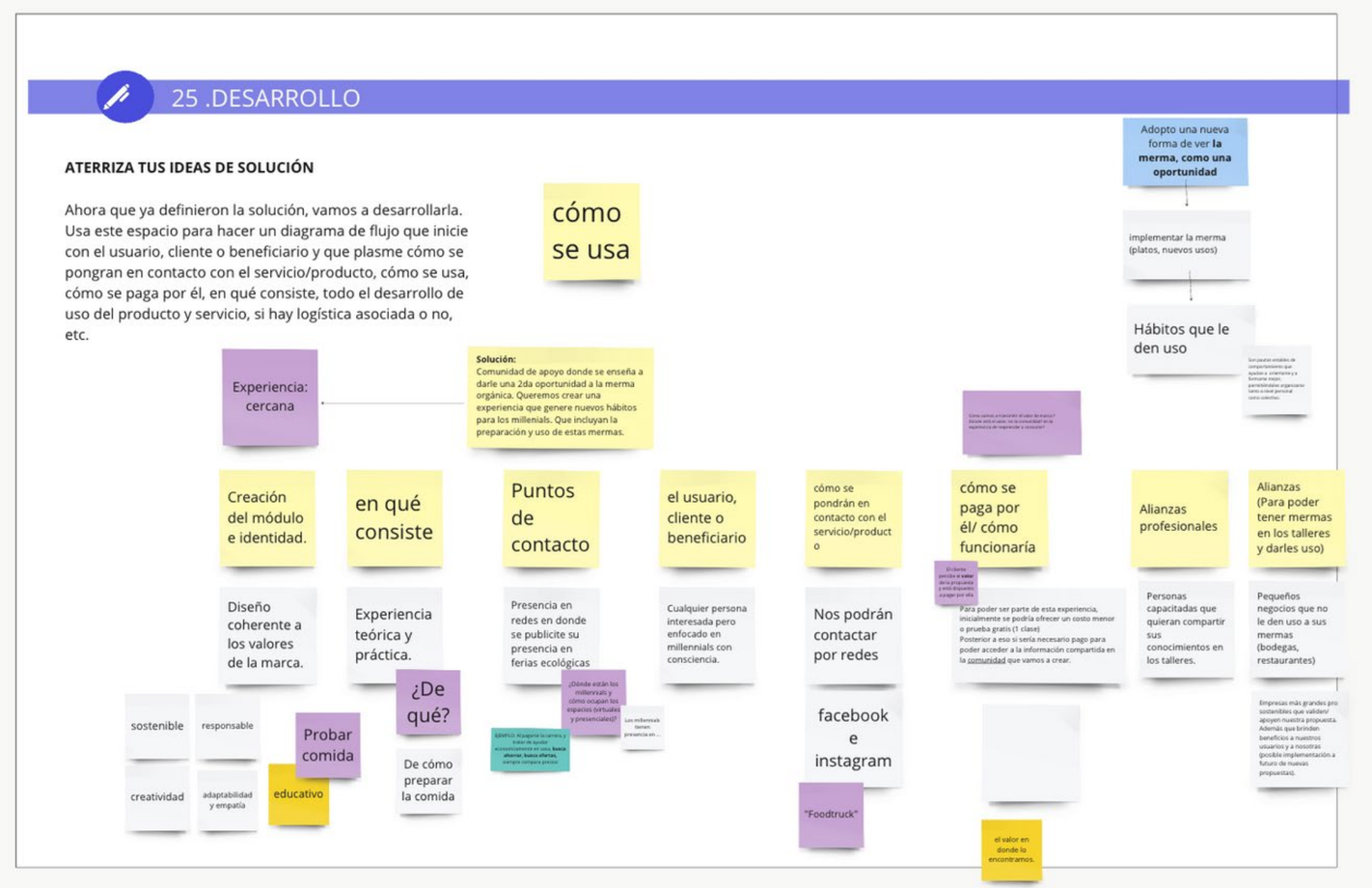
Semana 9

Idear

MERMA CERO360



En el lienzo 24 desarrollamos cada una de las ideas que más relevancia y posible solución podría brindarnos a nuestra problemática. Allí mencionamos sus características y aporte de cada idea planteada. Posteriormente, elegimos la que más completa y futuro en el mercado tenía.



Luego de elegir la propuesta, en este lienzo indicamos los beneficios y características como el modo de uso, puntos de contacto, etc.

MERMA CERO360



Luego de plantear nuestra idea de solución, procedimos a realizar la propuesta de valor en base a la frase que previamente reunía las características de los arquetipos escogidos.



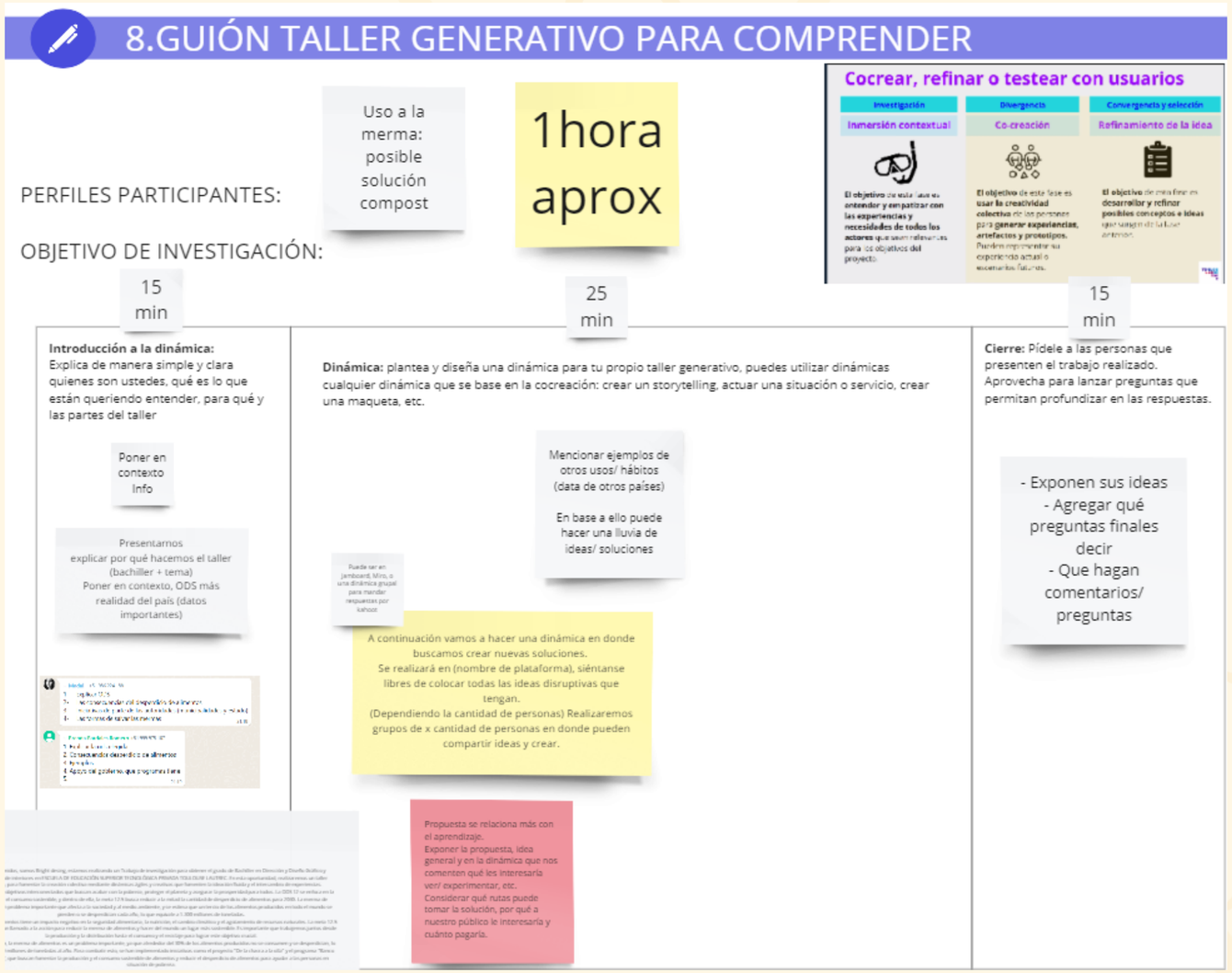
MERMA CERO360

Metodología TLS Thinking

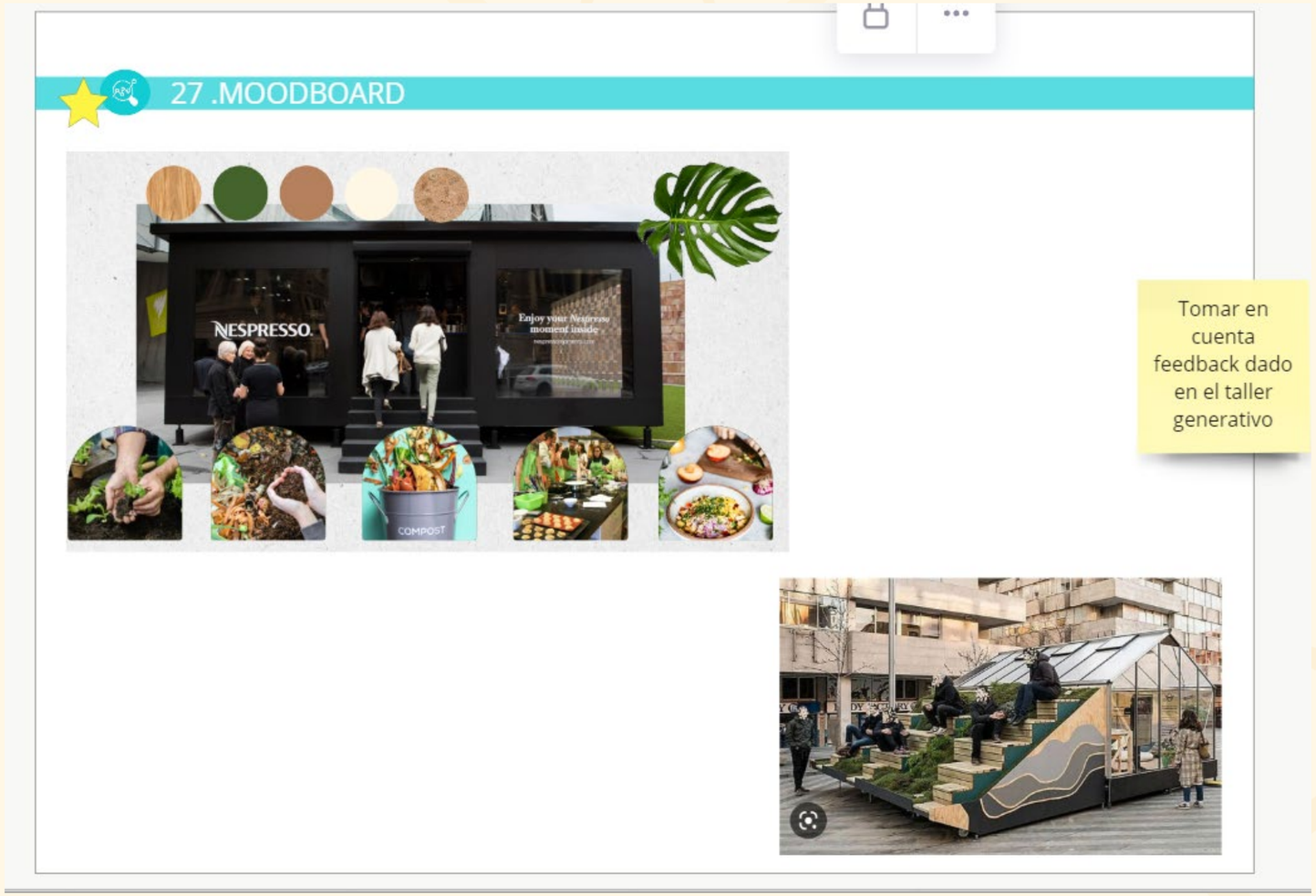
Semana 10

última etapa del proceso de Ideación

MERMA CERO360

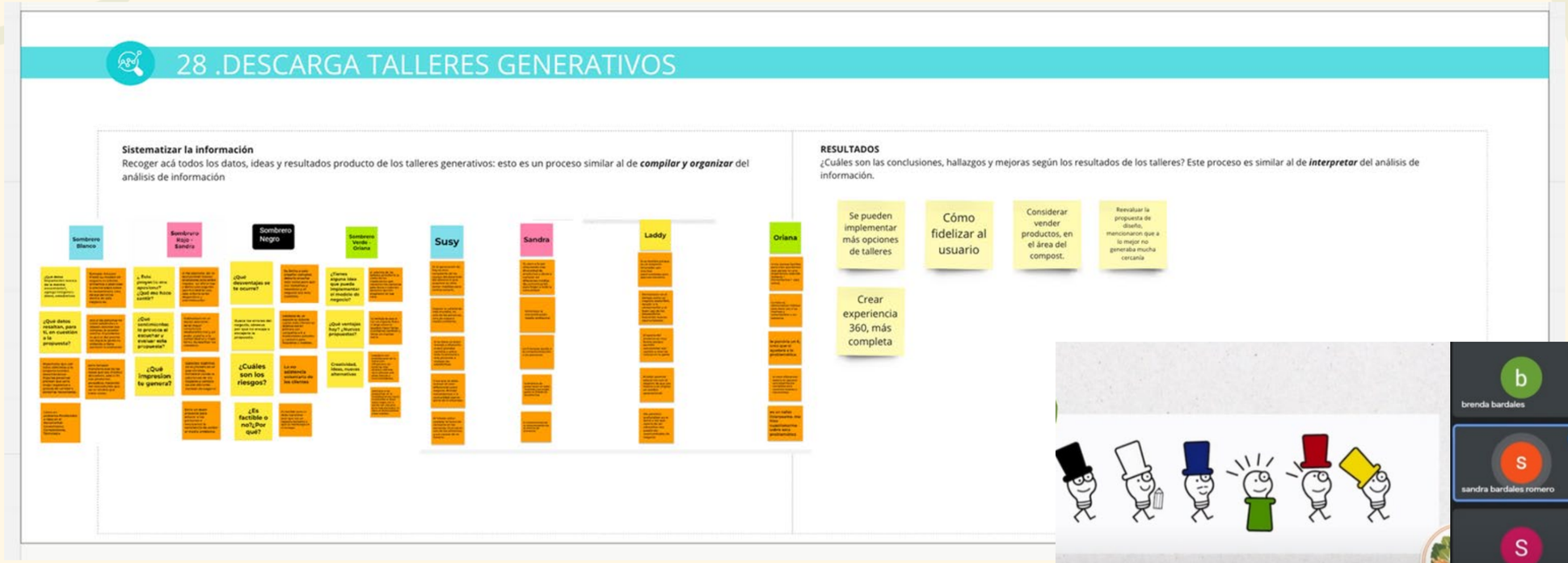


En este lienzo realizamos el guión para el taller generativo en donde pusimos en contexto a los participantes para luego realizar una dinámica con ellos para poder conocer su opinión sobre nuestra propuesta de valor.



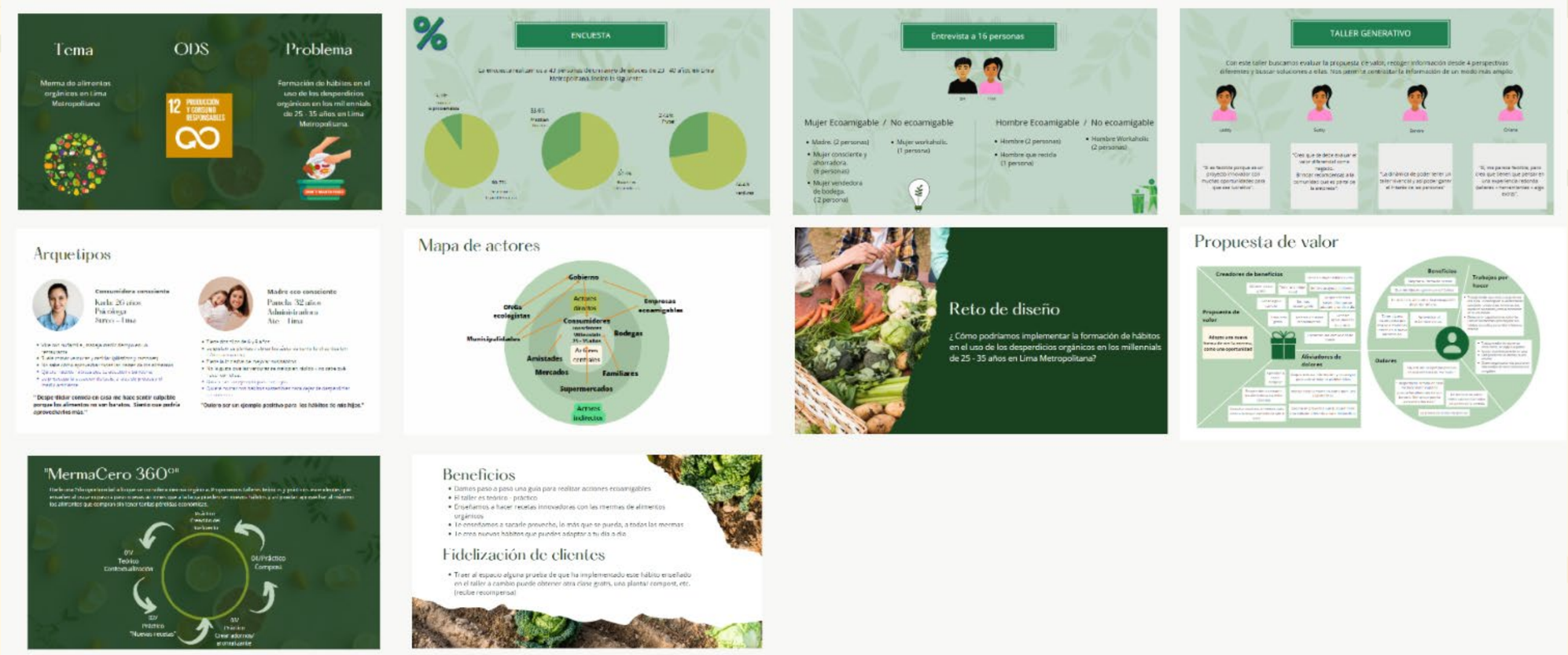
Además, para complementar la dinámica del taller generativo, se elaboró un moodboard referencial sobre la propuesta visual del taller planteado como solución.

MERMA CERO360



Para realizar las validaciones de nuestro producto planteado, realizamos un taller generativo, donde se les indicó la problemática y las soluciones que brindamos. Teniendo un buen resultado y aceptación de parte de los participantes.

MERMA CERO360



Segunda exposición del proyecto. En ella explicamos los hallazgos y avances de la investigación además de la propuesta de valor y validaciones a través del taller generativo 1.

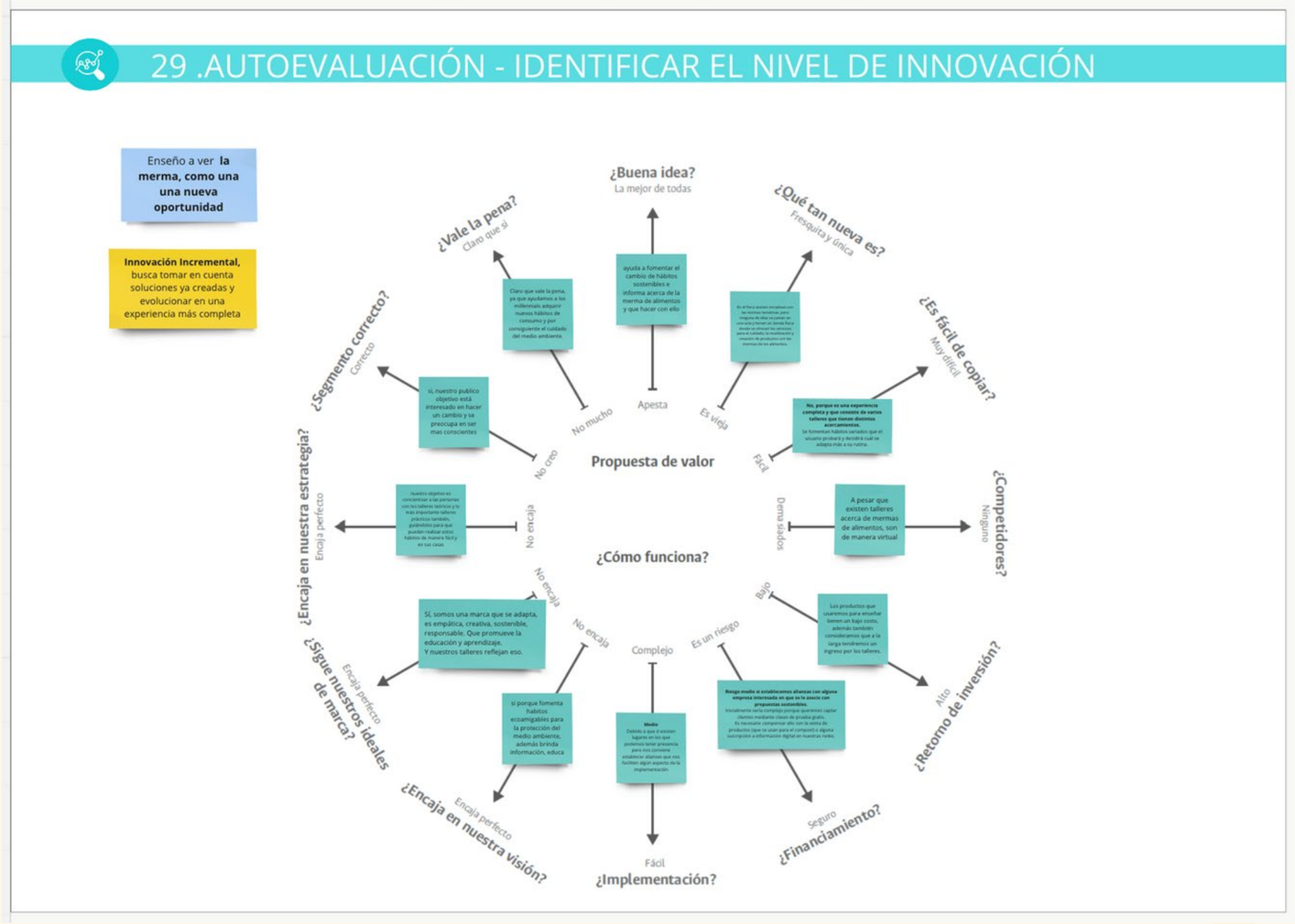


MERMA CERO360

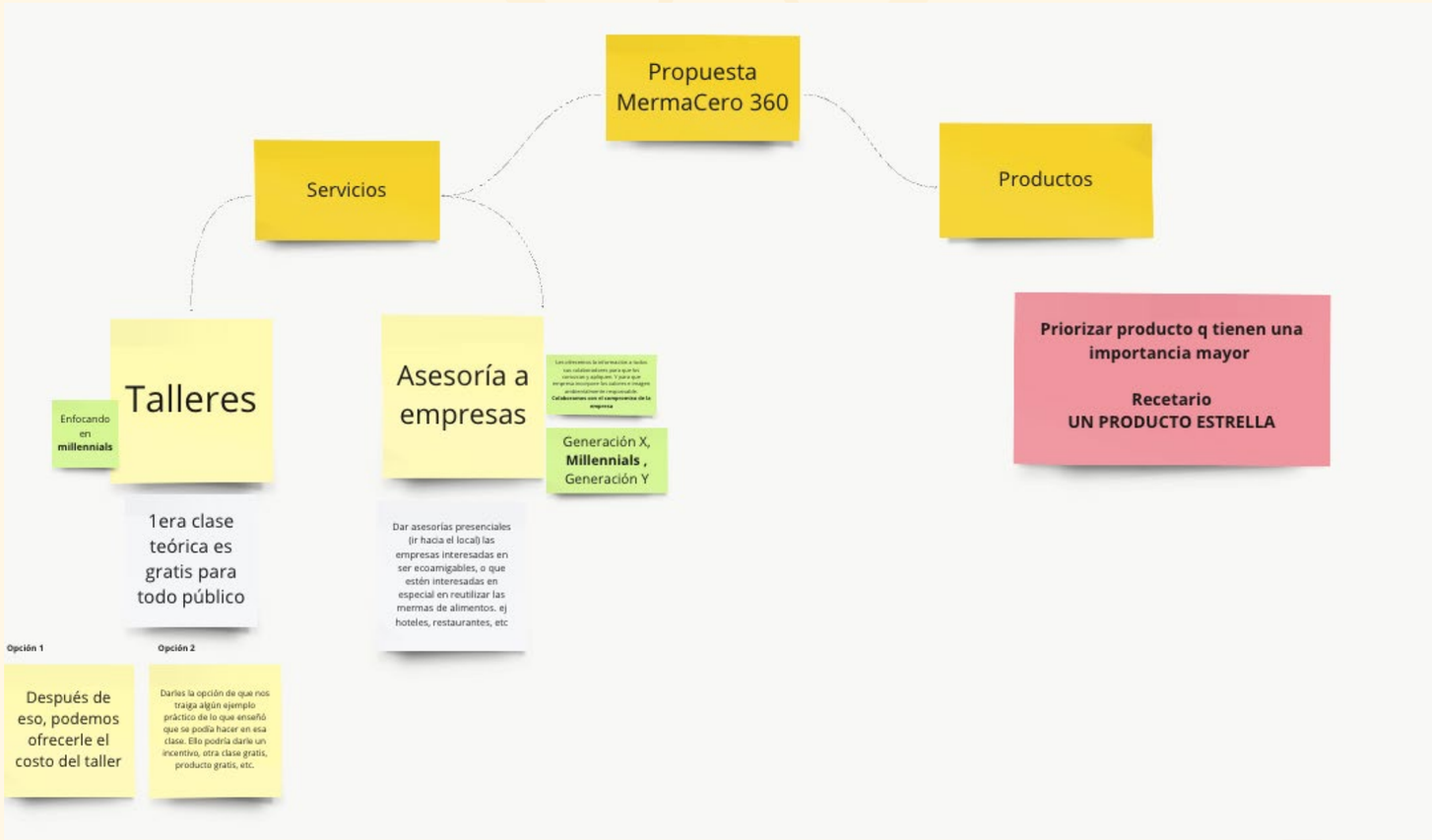
Metodología TLS Thinking

Semana 11

Desarrollar



Después de realizar las validaciones con nuestro usuario final, nos realizamos algunas preguntas sobre nuestra propuesta de valor que nos permitieron reevaluar ciertos aspectos que aún no habíamos considerado.

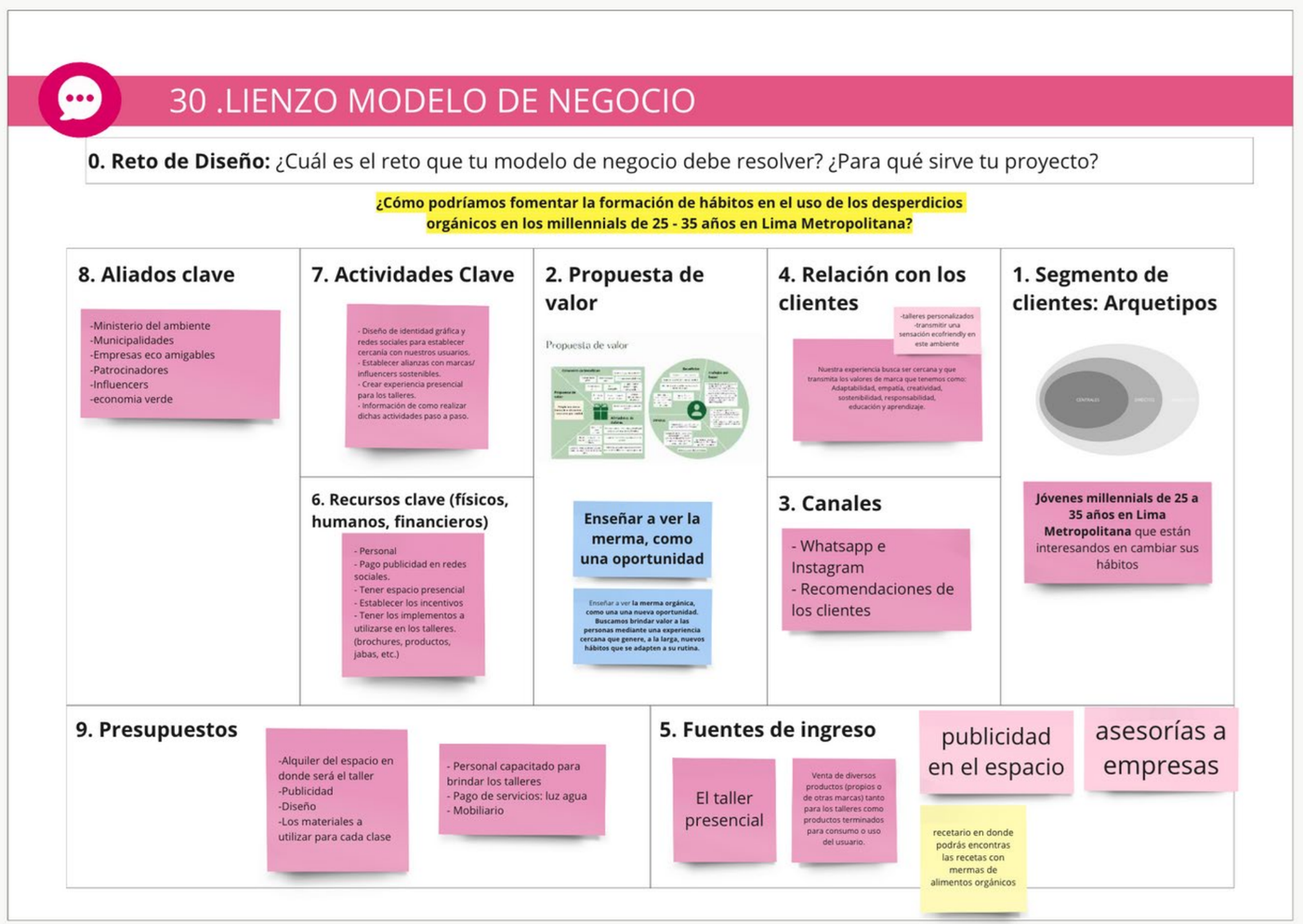


Para poder validar la forma de división de nuestra propuesta de valor, realizamos un mapa donde clasificamos los servicios y productos que brindaremos.



Luego de realizar el mapa sobre nuestra propuesta de valor. Para ello desarrollamos un gráfico en donde establecimos el paso a paso del usuario; desde el proceso de compra y cómo éste se involucra con nuestros servicios y productos como solución frente a la problemática tratada.

MERMA CERO360



En el lienzo de modelo de negocio se explican los puntos importantes a considerar sobre nuestra propuesta.

Permitiéndonos establecer las actividades claves, los aliados, fuentes de ingreso, presupuesto, etc.



MERMA CERO360

Metodología TLS Thinking

Semana 12

Desarrollar

MERMA CERO360



Luego de realizar una investigación y analizar a nuestra competencia directa e indirecta, seleccionamos a 4 de ellos y explicamos en el lienzo sus beneficios y qué es lo que nos diferencia del resto.

MERMA
ERO360

32 .LIENZO MODELO DE NEGOCIO MVP/ MSV

0. Reto de Diseño: ¿Cuál es el reto que tu modelo de negocio debe resolver? ¿Para qué sirve tu proyecto?

8. Aliados clave

-Ministerio del ambiente
-Municipalidades
-Empresas eco amigables
-economiaverde

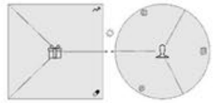
7. Actividades Clave

- Diseño de identidad gráfica y redes sociales para establecer cercanía con nuestros usuarios.
- Establecer alianzas con marcas/ influencers sostenibles.

6. Recursos clave

- Personal
- Tener espacio presencial con materiales como madera pino, MDF.
- Implementos a utilizarse en los talleres. (brochures, productos, jabas, etc.)

2. Propuesta de valor



Adopto una nueva forma de ver **la merma, como una oportunidad**

Enseñar a ver **la merma orgánica, como una una nueva oportunidad. Buscamos brindar valor a las personas mediante una experiencia cercana que genere, a la larga, nuevos hábitos que se adapten a su rutina.**

4. Relación con los clientes

-talleres personalizados
-transmitir una sensación ecofriendly en este ambiente

Nuestra experiencia busca ser cercana y que transmita los valores de marca que tenemos como: Adaptabilidad, empatía, creatividad, sostenibilidad, responsabilidad, educación y aprendizaje.

3. Canales

- Redes sociales
- ~~Publicidad por redes~~
- Recomendaciones de los clientes

1. Segmento de clientes: Arquetipos



Millennials
25 - 35 años

9. Presupuestos

- Internet
- Recetario (Diseño + impresión)
- Promoción en redes sociales.
- Utensilios

-recursos gráficos impresos (recetarios, folletos)
- salario de 2 trabajadores
- alquiler del espacio
-insumos
-mobiliario
-ocultados
-marketing-publicidad, promocionar en redes sociales
-otros
-uniforme del personal
-otros
-servicios públicos: agua, luz,
-impuestos
-laptop
-internet
-utensilios para cocinar

5. Fuentes de ingreso

Servicio
- Taller informativo sobre las recetas

Opción de acceder a la clase que se desea

Productos:
-Recetario

Materiales: Madera pino, MDF

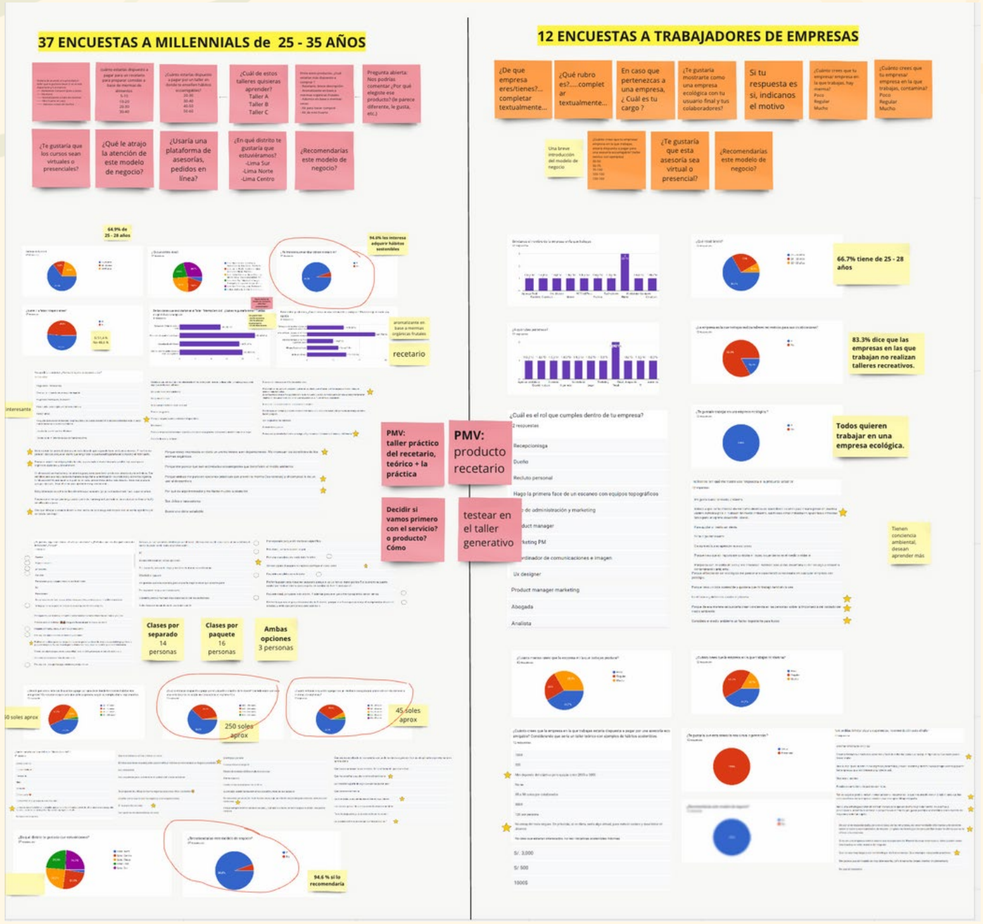
Clase de inducción, esa la enseñamos nosotras donde les hacemos un resumen teórico y ejemplos visuales de qué verían si toman el taller (la idea es captar usuarios).

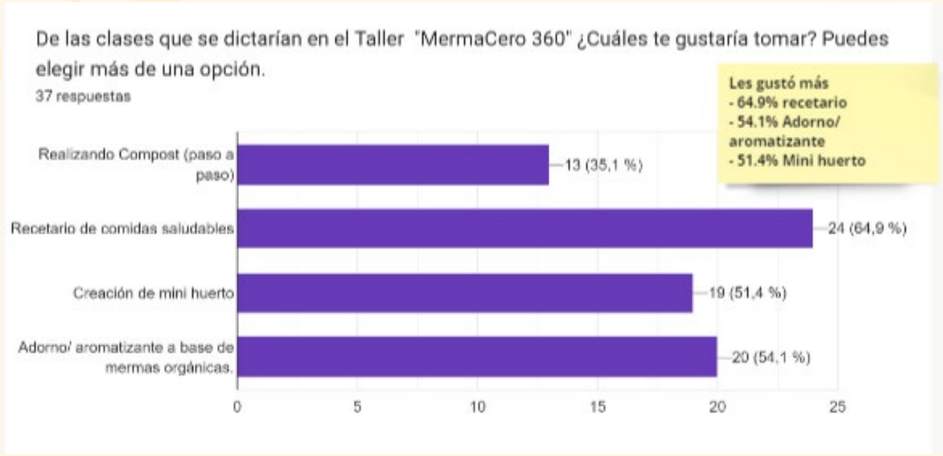
Hacer encuestas con los early adopters de nuestra propuesta

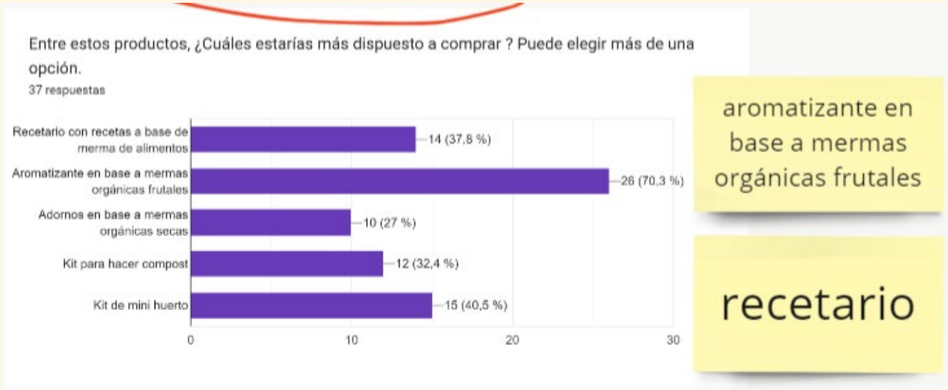
Qué producto/ servicio tiene mayor impacto en nuestra propuesta.

En este lienzo realizamos el modelo de negocio con el mínimo viable.

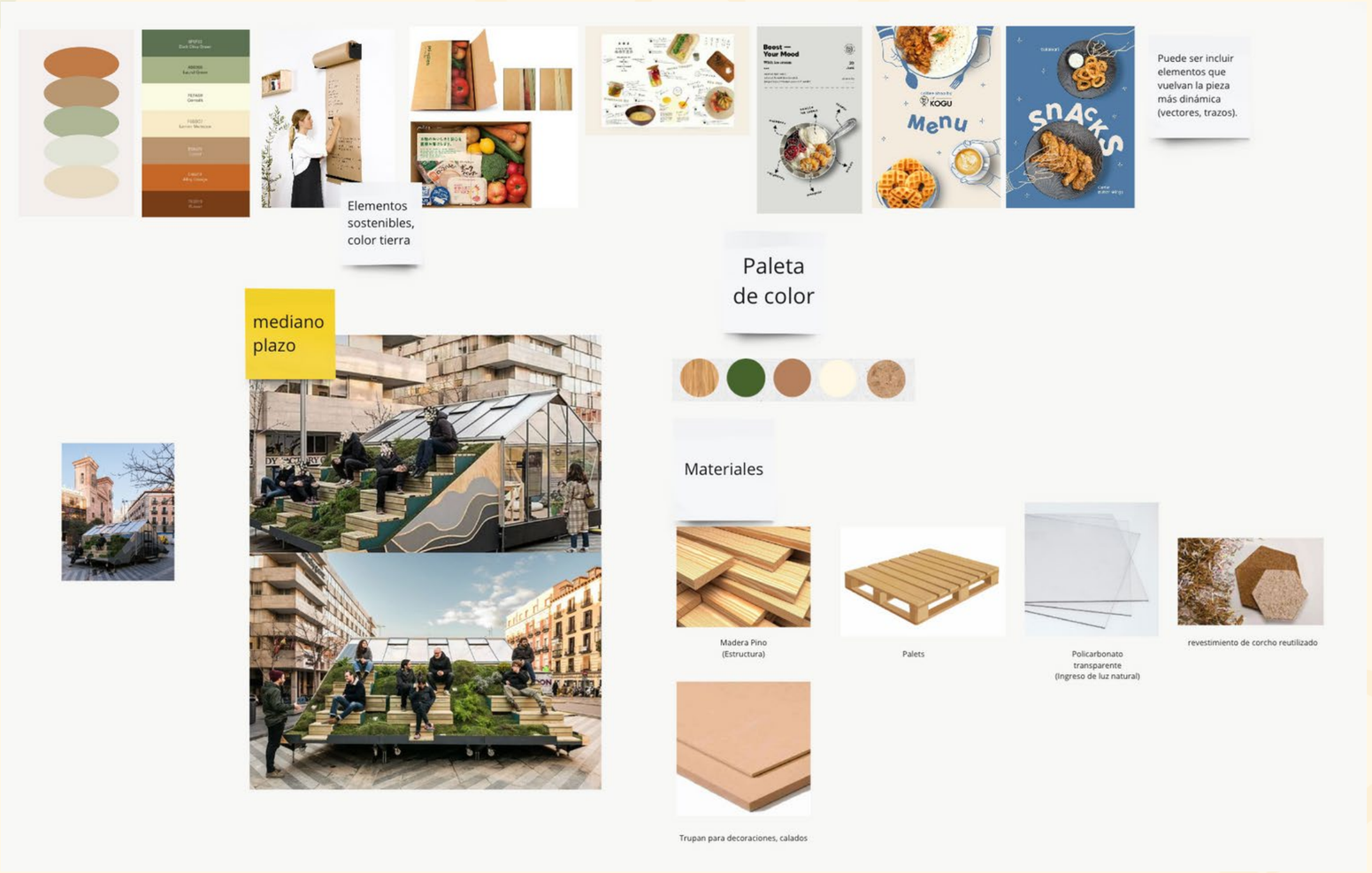
Reduciendo así los servicios y productos que nuestra solución plantea.







Para poder validar el mínimo viable; realizamos dos encuestas que nos permitió establecer 1 servicio (el taller de recetas) y 1 producto (recetario) respaldado por nuestro público objetivo.



Antes de realizar los prototipos, realizamos un moodboard sobre los materiales, texturas y referencias gráficas que el recetario y el stand podrían tener.



MERMA CERO360

Metodología TLS Thinking

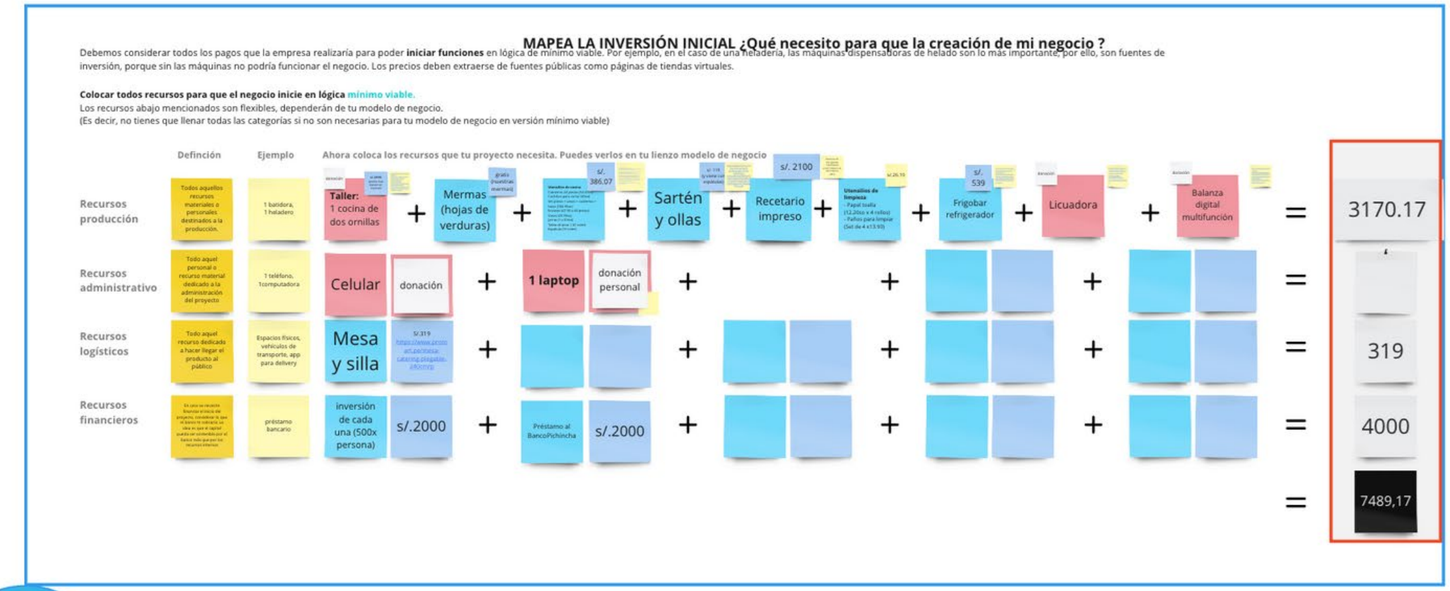
Semana 13

Desarrollar

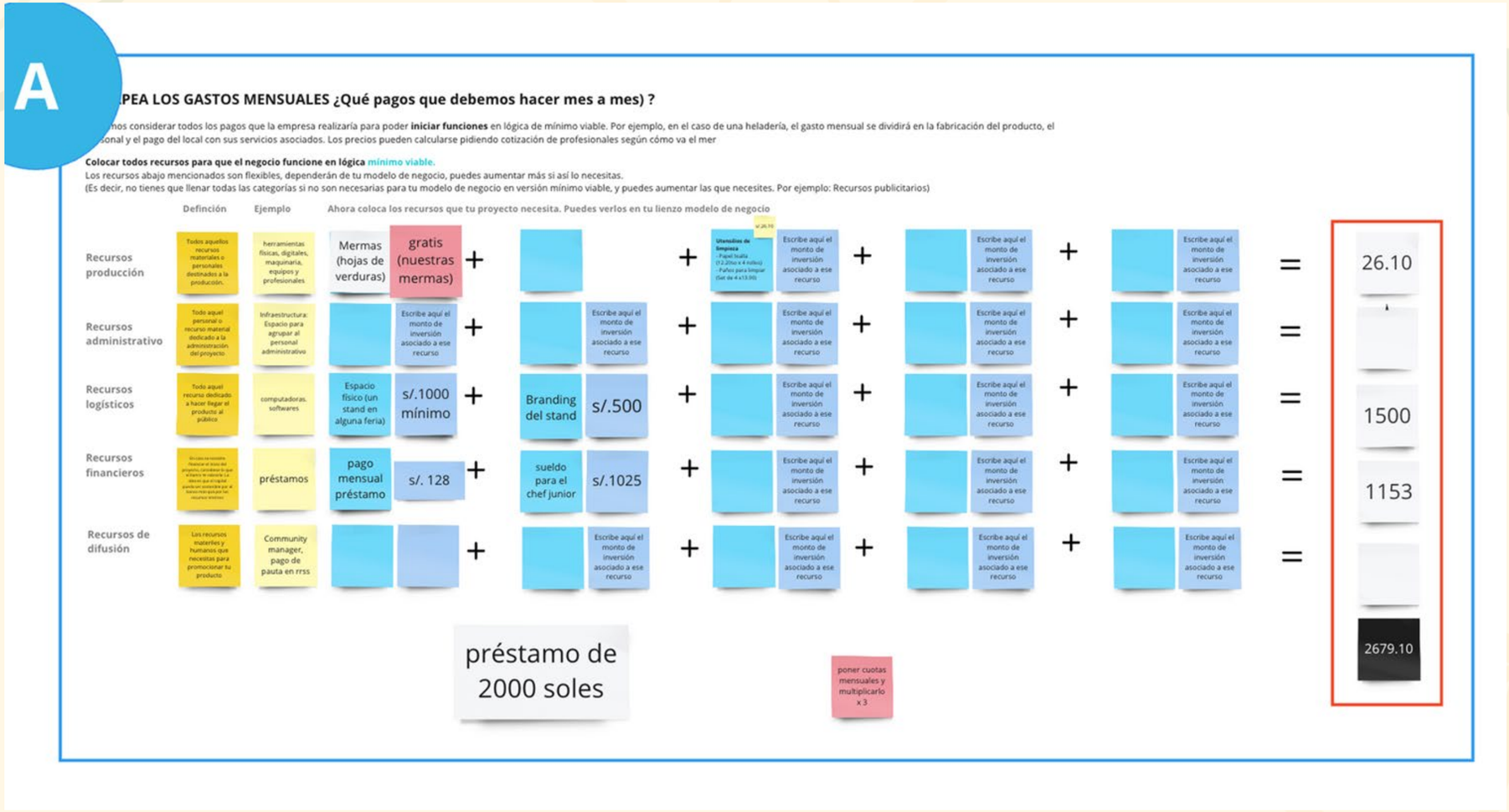
MERMA CERO360

28 .LIENZO DE PRESUPUESTOS

El lienzo de presupuestos nos ayuda a tener una visión más clara de todas aquellas fuentes de desembolso que nuestro negocio enfrentará, es decir, son todos los pagos que tendremos que hacer sin excepción alguna. Un ejemplo básico de estos desembolsos son las fuentes de inversión, es decir, todas aquellas compras que se necesitan hacer para que la empresa pueda comenzar a funcionar, como maquinarias o vehículos, mientras que las fuentes de gastos son también desembolsos que la empresa debe hacer pero estos son más frecuentes como los salarios de la planilla, los gastos de alquiler, la publicidad, etc.



En este lienzo realizamos el presupuesto de nuestro mínimo viable, en el primer cuadro realizamos la inversión inicial del producto, siendo un total de s/ 7 489.17.



En este segundo recuadro se colocaron los gastos mensuales que se pagarán, teniendo como gasto mensual s/ 2 679.10

MERMA CERO360

B

Revisa estos ejemplos de modelos de sostenibilidad

A modo de recordatorio, te dejamos estos modelos de sostenibilidad para que puedas inspirar tu modelo de negocio.

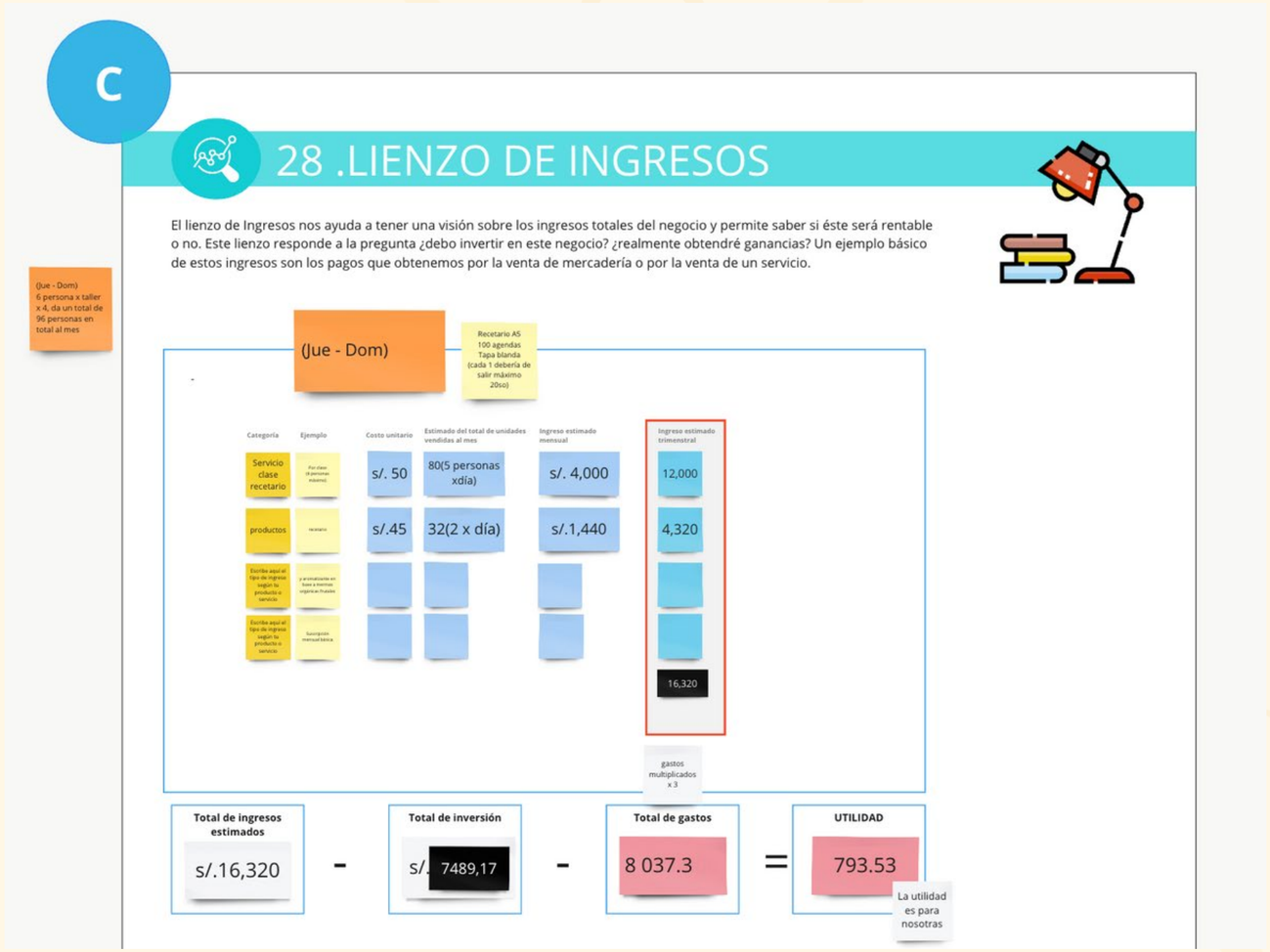








Además, también definimos nuestro modelo de sostenibilidad que es el Clásico.



Luego de tener las ganancias de cada producto, recetario. Obtenemos nuestra utilidad que es s/ 793.53



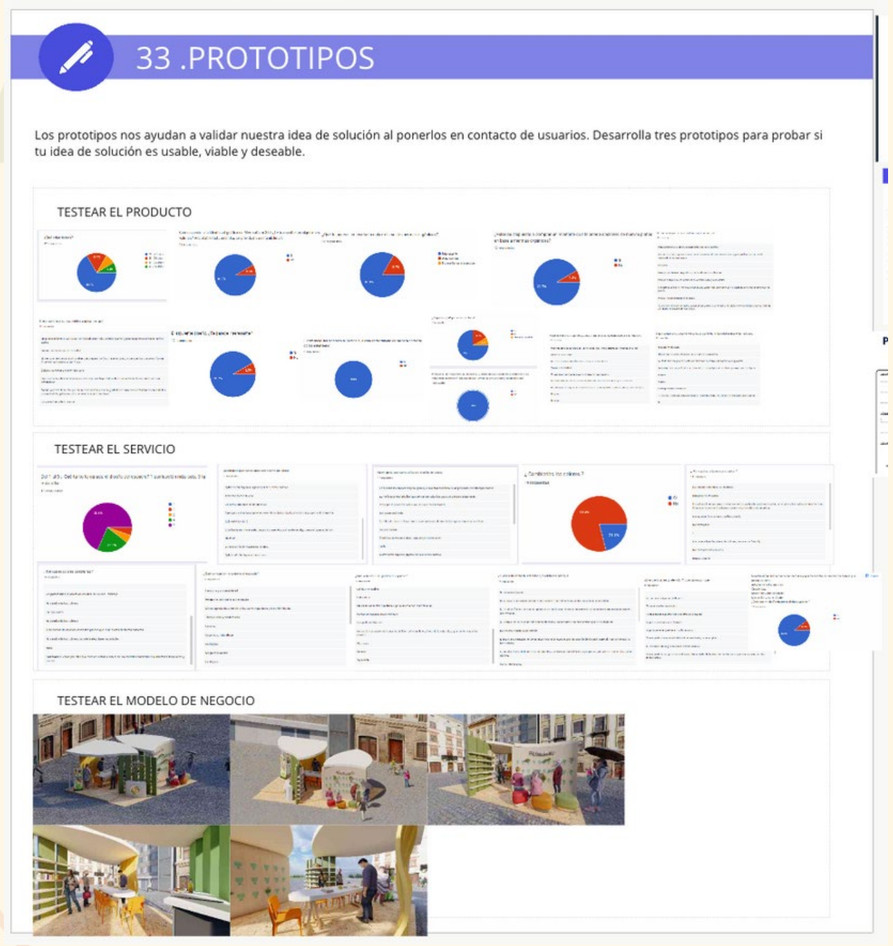
MERMA CERO360

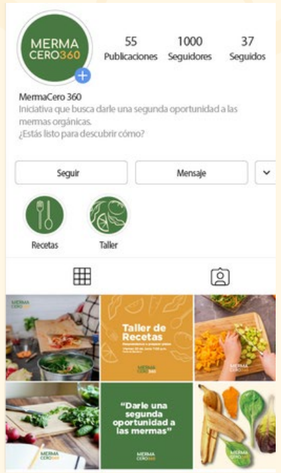
Metodología TLS Thinking

Semana 14

Desarrollar - validaciones

MERMA CERO360













Luego del diseño del logo, la elección de los colores y tipografía. Realizamos el diseño del recetario, del stand y la línea gráfica para las redes sociales. Validamos mediante una encuesta en Google Forms donde nos brindaron sus comentarios y mejoras de los diseños planteados.

¡Un hecho vale más que mil palabras! ¿cómo vas a probar que tu modelo de negocio es viable, que responde a las necesidades de tus usuarios y que estarían dispuestos a pagar por tu solución? Esta plantilla te servirá para diseñar tus ejercicios de validación y recoger tus observaciones.

35 .VALIDACIONES

Validación del PMV
Taller receta y recetario

Hipótesis:

TALLER

Creíamos que las personas que asistieran al taller encontrarían la receta, fácil de realizar. Por ello pensarían en incluirla entre los platos que consumen regularmente.

Creíamos que las personas que pudieran preparar la receta les gustaría y por ello estarían dispuestos a adquirir el curso. A partir de esta buena experiencia nos recomendarían a familiares y amigos cercanos.

RECETARIO

Creíamos que las personas que observaran la propuesta del recetario estarían dispuestas a comprarlo.

Creíamos que las personas que al ver la propuesta del recetario, sentirían curiosidad y esperarían encontrarse con información interesante.

Observaciones:

Observamos que a todos los participantes les quedó clara la receta, ya que no consultaron más detalles una vez visto el video.

Observamos que algunos se sorprendieron por el sabor al probar la cáscara del plátano sazonada.

Observamos que no les tomó mucho preparar la receta, ya que algunos la terminaron antes del tiempo que dimos.

Observamos que cuando comentaron sobre el recetario, su tono de voz era de sorpresa y agrado. Les causó curiosidad saber más.

Resultados:

La mayoría afirmó que sí le gustaría asistir a una clase ya que la receta del gusto. Por ello no tuvieron más comentarios sobre el taller de recetas. Además, una persona nos comentó que le pareció muy fácil ya que lo hizo en 10 min y que le había gustado tanto que iba a incluir la receta entre los platos que consume usualmente.



Se dieron cuenta que es factible, económica la propuesta.

La mayoría afirmó que sí estaría dispuesto a comprar el recetario y a pagar el precio de 45 soles ya que se encuentra interesado en la propuesta de MermaCero 360. Además, nos comentaron las recetas que les gustaría ver.



Acciones:

De acuerdo al taller dictado se llegó a la conclusión de que las personas presentes llegaron a comprender el objetivo del proyecto ya que entendieron la receta desde un principio. Por ello no hubieron comentarios negativos, solo algunas recomendaciones como el mejorar el título del recetario, que sea más llamativo y sugerir múltiples opciones de ingredientes en la receta ya que no siempre se tiene acceso a los implementos específicos.

Una participante comentó que sería bueno agregar en la recetas opciones múltiples de ingredientes. Ejm: En la receta te pide una verdura pero se puede reemplazar por otra y así.

Se agregará el feedback y se agregará a las recetas opciones múltiples de ingredientes. Ejm: En la receta te pide una verdura pero se puede reemplazar por otra y así.

Una participante comentó que el recetario le gustó pero que tal vez podrían agregarle un nombre mas llamativo al recetario, como por ejemplo: 100 recetas fáciles con mermas de alimentos.

Se tomará en cuenta el feedback y se mejorará el nombre para que sea más llamativo.



Con el objetivo de validar nuestra solución a la problemática planteada sobre el desperdicio de la merma, realizamos un taller generativo, donde se enseñó un recetario. Teniendo buenos resultados y comentarios por parte de los participantes.



Al concluir el taller, se solicitó a los participantes responder algunas preguntas sobre el taller y el recetario



MERMA CERO360

Metodología TLS Thinking

Semana 16

Exposición Pre jurado



Última exposición, en donde nos brindaron feedback en base a la presentación de la propuesta completa de MermaCero 360.

MERMA
CERO360