MAPA DE EMPATIA

UNIDAD PRODUCTIVA: CULTIVO Y COMERCIALIZACION DE ARANDANOS. MUNICIPIO DE PAZ DEL RIO

1. **¿Qué piensa?**
   - El cliente piensa en los beneficios para la salud que ofrecen los arándanos.
   - Considera la calidad y frescura de los frutos al momento de adquirirlos.
   - Piensa en la versatilidad de los arándanos para utilizarlos en diversas preparaciones culinarias.
   - Considera la conveniencia de comprar productos orgánicos y respetuosos con el medio ambiente.

2. **¿Qué siente?**
   - El cliente siente gusto por el sabor dulce y jugoso de esta fruta.
   - Experimenta satisfacción al consumir un alimento nutritivo y saludable.
   - Siente curiosidad por probar nuevas recetas y formas de consumir arándanos.
   - Siente la tranquilidad de estar eligiendo productos de calidad y respetuosos con el medio ambiente.

3. **¿Qué ve?**
   - El cliente ve los arándanos como una opción atractiva y colorida en la sección de frutas.
   - Observa la oferta de arándanos en supermercados, tiendas naturistas y mercados locales.
   - Visualiza la información nutricional y de origen en los empaques de los arándanos.
   - Observa recomendaciones y recetas de arándanos en revistas, redes sociales y programas de cocina.

4. **¿Qué dice y hace?**
   - El cliente comenta sobre los beneficios para la salud de consumir arándanos.
   - Busca recetas y comparte ideas sobre cómo incorporar los frutos en su dieta.
   - Lee reseñas y opiniones de otros consumidores sobre la calidad de los arándanos.
   - Compra arándanos frescos y los incorpora en sus comidas y postres favoritos.

5. **¿Qué oye?**
   - El cliente oye recomendaciones de profesionales de la salud sobre los beneficios de los arándanos.
   - Escucha a otros consumidores elogiar el sabor y la textura de los arándanos frescos.
   - Oye hablar sobre la demanda creciente de productos orgánicos y saludables.
   - Recibe información sobre eventos y promociones relacionadas con los arándanos.

6. **¿Qué debilidades presenta a nivel de miedos, frustraciones y obstáculos?**
   - Miedo a adquirir arándanos de baja calidad o no frescos.
   - Frustración por la disponibilidad limitada de arándanos en ciertas épocas del año.
   - Obstáculos relacionados con el precio, especialmente si los arándanos son considerados como un producto de lujo.
   - Preocupación por la posible presencia de residuos de pesticidas en los arándanos convencionales.

7. **¿Qué fortalezas presenta a nivel de deseos, necesidades y medida del éxito?**
   - Deseo de consumir alimentos saludables y nutritivos.
   - Necesidad de encontrar productos frescos y de alta calidad.
   - Medida de éxito en la satisfacción del sabor y la textura de los arándanos.
   - Fortaleza en la búsqueda de opciones respetuosas con el medio ambiente y producidas de manera sostenible.