

Universidad del Valle de Guatemala
Departamento de Matemática
Licenciatura en Matemática Aplicada

Estudiante: Rudik Roberto Rompich
Correo: rom19857@uvg.edu.gt
Carné: 19857

CU1778 - Emprendimiento e Innovación - Catedrático: Julio Martínez
26 de julio de 2021

Ejercicio en clase: Mapa de Empatía y Propuesta de Valor

1. Negocio

El negocio elegido: Hotel 5 estrellas.

2. Segmento de cliente

1. Sexo: indistinto.
2. Edad: indistinto.
3. Nivel socioeconómico: clase media-alta y alta.
4. Hábitos:
 - a)* Viajeros.
 - b)* El dinero no es un problema.
 - c)* Quieren servicios de calidad.

3. Cliente específico

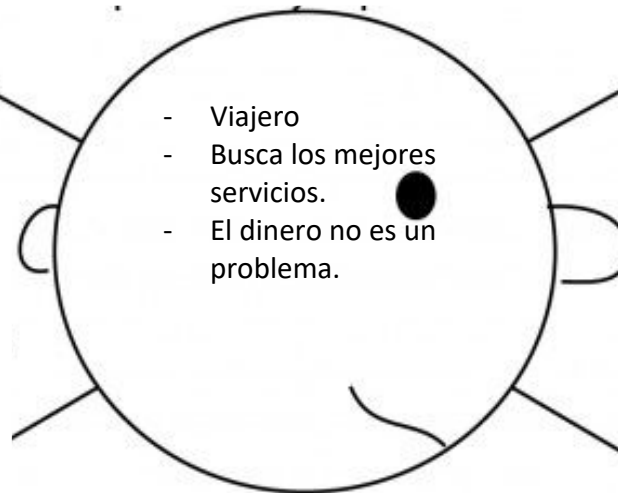
1. Persona que vive una vida apresurada y no quiere preocuparse por cosas ínfimas y ecuanímes.
2. Persona que busca los mejores servicios basados en la comodidad, higiene y sobre todo la privacidad.
3. La calidad es una parte esencial en sus necesidades.

¿Qué PIENSA Y SIENTE?

- (1) Concentrarse en sus negocios. (2) No preocuparse por las comidas, limpieza y ninguna nimiedad. (3) Es una persona que quiere sus servicios inmediatamente sin dilaciones.

¿Qué OYE?

- (1) Que existen variedad de servicios Premium, pero que en realidad solo son fachadas.
(2) Que las tendencias actuales se basan en la experiencia.



¿Qué VE?

- (1) Variedad de hoteles que ofrecen servicios ostentosos.
(2) Sus amigos le recomiendan hoteles con vistas espectaculares, pero con malos servicios

¿Qué DICE Y HACE?

- (1) Una persona que busca la excelencia en cada aspecto de su vida. (2) Le importa el "que dirán". (3) Siempre busca la mejor experiencia posible.

ESFUERZOS

- (1) Que tenga que preocuparse por cosas simples, en lugar de centrarse en sus asuntos.

RESULTADOS

- (1) Una experiencia agradable sin molestias.
(2) Buena comida y lugares para despejar la mente.

¿QUÉ OFREZCO?

- (1) Higiene
- (2) Privacidad
- (3) Estadías de alta calidad
- (4) Variedad de comidas hechas por chefs.
- (5) Suits presidenciales, deluxes y executives; para clientes exigentes.
- (6) Junior y Penthouse suits para clientes con recursos más limitados.
- (7) Servicio de limpieza y comida las 24 horas.
- (8) Áreas de recreación, piscinas, gimnasios y saunas.



CREADORES DE BENEFICIOS

- (1) Descuentos a clientes recurrentes.
- (2) Punto estratégico que conecta a los lugares más importantes de la ciudad.
- (3) Seguridad las 24 horas.

ANALGÉSICOS

- (1) Los clientes únicamente se preocupan por disfrutar su estadía a lo máximo.
- (2) La seguridad no es una preocupación para los clientes.

SUSTITUYE

- (1) Hoteles que solo se preocupan por lucrar.
- (2) Servicios incompletos o mal atendidos.