

DISEÑO DE PRODUCTOS

Sesión 10: Value Proposition Canvas



Universidad
Tecnológica
del Perú

Inicio

A: el disco más pequeño, **B:** el disco mediano y **C:** el disco más grande.

Inicialmente están apilados de la siguiente manera:

A (abajo), **B** (encima de A) y **C** (encima de B)

Considere que:

- Solo se puede mover **un disco a la vez**.
- Un disco **nunca puede colocarse encima de un disco más pequeño**.

¿Cuántos movimientos necesito para ponerlos del más grande al más pequeño?

¿Tiene alguna consulta o duda de la sesión previa?



Dudas sobre la sesión anterior

Señale el cliente

Señale quién genera
la propuesta de valor

Alumno autodidacta

Alumno con aprendizaje
guiado

Conocimientos previos

Alberto indica que la tarea del cliente es vender abarrotes.

Ana indica que esa tarea debe detallarse, con una descripción narrativa o con uno o más diagramas, asegura que así se conoce mejor la tarea del cliente.

¿A quién dan su apoyo? ¿Por qué?

Logro de aprendizaje

Al finalizar la sesión, el estudiante entrega el perfil del cliente, que incluye una narrativa y/o diagramas, y detalla sus tareas, frustraciones y beneficios de acuerdo con VPC.



Utilidad



¿En tu vida Académica y en tu vida profesional documentarías el contexto estudiado del cliente?

¿En qué situaciones lo utilizarías?

Transformación

Perfil del Cliente

¿Qué resultados
desea obtener el
cliente?

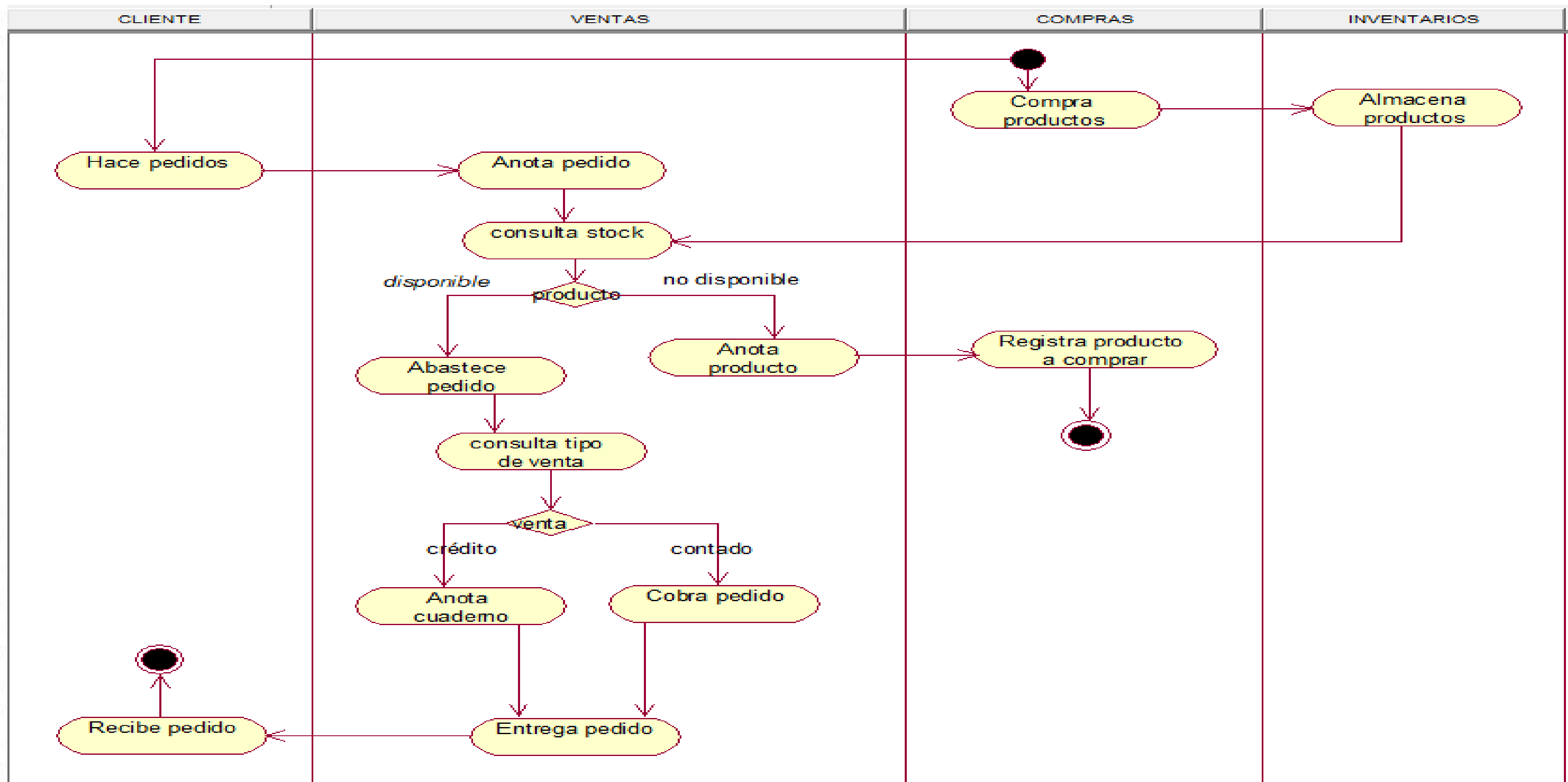
¿Qué trabajos
necesita
realizar el
cliente?)

¿Qué le genera
frustración o
dificultad?



Venta de Abarrotes

Martha tiene una tienda de abarrotes en su barrio y trabaja sola. Todos los días se levanta a las 5 AM para ir al mercado mayorista y abastecer su negocio. Anota los pedidos de los clientes en una libreta, cobra en efectivo y, cuando vende fiado, lo apunta en un cuaderno. Su inventario lo lleva mentalmente o con notas sueltas, lo que le dificulta saber qué productos necesita reponer. A menudo se entera de que le falta algo cuando un cliente se lo pide. Este ritmo de trabajo la tiene agotada y, en ocasiones, pierde ventas por no tener lo que buscan. Marta desea atender mejor a sus clientes, aumentar sus ingresos y poder descansar al menos un día a la semana.



Transformación



Trabajos del cliente

1. **Abastecer su tienda con productos frescos y necesarios.**
 1. Ir al mercado mayorista a diario.
2. **Atender personalmente a los clientes.**
 1. Cobrar, anotar pedidos, entregar productos.
3. **Llevar registro de ventas y fiado manualmente.**
4. **Controlar el inventario mentalmente o con notas.**
5. **Resolver rápidamente la falta de productos cuando un cliente lo solicita.**
6. **Mantener el negocio funcionando sin apoyo externo.**
7. **Aumentar sus ingresos y retener a sus clientes habituales.**
8. **Conciliar su trabajo con el deseo de tener tiempo libre** (por ejemplo, descansar los domingos).

Transformación



Dolores (frustraciones, obstáculos, riesgos)

1. **Carga física y mental excesiva.**

1. Madruga todos los días y trabaja sin descanso.

2. **Falta de sistema para registrar ventas e inventario.**

1. Usa cuadernos o notas sueltas, lo que provoca errores o desorganización.

3. **Pérdida de ventas.**

1. No siempre tiene lo que el cliente necesita y se da cuenta tarde.

4. **Dificultades para organizar el fiado.**

1. Riesgo de olvidar pagos, falta de control.

5. **Sensación de estar sola y sobrecargada.**

1. No cuenta con ayuda.

6. **No puede planificar descansos ni vacaciones.**

1. Si no atiende, no hay ventas.

Transformación

Ganancias esperadas (beneficios, deseos, aspiraciones)

1. **Tener un control claro y rápido del inventario.**
 1. Saber qué productos faltan sin esperar a que un cliente lo diga.
2. **Organizar mejor las cuentas y el fiado.**
 1. Tener claridad sobre quién debe, cuánto y cuándo.
3. **Ahorrar tiempo en tareas repetitivas.**
 1. Automatizar o facilitar ciertas tareas (registro de ventas, pedidos).
4. **Evitar pérdidas por falta de stock.**
 1. Reponer productos a tiempo.
5. **Atender mejor a los clientes.**
 1. Mejorar la experiencia de compra.
6. **Aumentar las ventas.**
 1. Tener más productos disponibles, atender más rápido.
7. **Poder tomarse un día de descanso sin afectar el negocio.**
 1. Delegar o automatizar algunas tareas.
8. **Sentirse más organizada, menos estresada y más dueña de su tiempo.**

Transformación

MAPA DE VALOR: Solución digital para Martha



Tarea de Martha	Producto o servicio ofrecido
Ir al mercado mayorista a comprar productos	Lista de compras automática basada en stock actual y ventas anteriores.
Atender clientes y cobrar	Registro simple de ventas (efectivo) desde el celular.
Anotar ventas/fiado en una libreta	Módulo digital para registrar fiado por cliente, con historial y alertas.
Controlar inventario mentalmente	Sistema de inventario fácil, con entradas y salidas automáticas.
Detectar faltantes cuando el cliente se lo pide	Alertas de bajo stock antes de quedarse sin productos.
Trabajar sola y llevar todo en la cabeza	Dashboard diario/semanal con tareas sugeridas.
Querer descansar los domingos	Planificador de compras y alertas anticipadas, para poder delegar o programar tareas.

Aliviadores de dolor (¿Cómo reducimos las frustraciones?)



Dolor de Martha	Aliviador correspondiente
Pérdida de ventas por no tener productos	Alertas de productos críticos por agotarse.
Fatiga y falta de descanso	Automatización de tareas repetitivas y dashboard de resumen claro.
Registro manual desordenado	App con registro digital intuitivo y sin complicaciones.
Descontrol en ventas al crédito	Historial por cliente con fechas, montos y saldos visibles.

Generadores de alegrías (¿Qué beneficios reales obtiene?)



Deseo de Martha	Ganancia ofrecida
Tener el control del negocio	Visualiza todo: ventas, stock, fiado y tareas en un solo lugar.
Vender más sin perder clientes	Mejora la disponibilidad de productos clave.
Tener más tiempo libre	Al delegar tareas al sistema, gana tiempo para descansar.
Ver resultados y avances concretos	Dashboard de ventas y resúmenes semanales que le muestran su progreso.

Transformación



Propuesta de valor integrada (resumen)

Ayudamos a personas como Martha, que venden abarrotes y gestionan solas su tienda, a llevar el control de su inventario, ventas y clientes de forma simple y organizada desde su celular, para que vendan más, pierdan menos y recuperen su tiempo sin complicaciones.

Práctica



1. Los grupos exponen su propuesta del perfil del cliente (segmento clientes de su proyecto).
2. Realice la propuesta de valor de su proyecto

Cierre

- ¿Qué hemos aprendido hoy?
- ¿Qué dificultades has tenido?
- ¿Para qué te ha servido lo aprendido?
- ¿En qué otras ocasiones podrás utilizar lo que has aprendido?



Elaboramos nuestras conclusiones sobre el tema tratado



**Universidad
Tecnológica
del Perú**