

Actividad 1: Mapa de Empatía y Refinamiento de la Idea de Negocio

El objetivo de esta tarea es que, mediante la creación de un Mapa de Empatía, puedas entender mejor a tu cliente ideal, sus necesidades, frustraciones y deseos. Con esta información, ajustarás y mejorarás tu idea de negocio para que esté alineada con lo que realmente necesita tu mercado objetivo.

<https://www.youtube.com/watch?v=RZukugcNAIw>

Parte 1: Introducción y conceptos clave

Definir tu cliente ideal:

Antes de crear el Mapa de Empatía, debes definir claramente quién es tu **cliente ideal** o segmento de mercado. Para ello, responde a las siguientes preguntas:

- ¿Qué características tiene tu cliente? (edad, género, ubicación, ocupación, intereses, estilo de vida).
- ¿A qué necesidades o problemas específicos se enfrenta que tu producto o servicio puede resolver?

Puedes crear un "personaje" que represente a este cliente, incluyendo detalles como su nombre, ocupación y características relevantes.

Nuestros clientes serían personas de todas las edades, desde jóvenes hasta personas mayores, de cualquier género, y ocupación ya que abarca necesidades que todos tenemos en el día a día.

Resolvería problemas de tiempo, pudiendo ahorrar en el día a día para aprovechar el tiempo con nuestros seres queridos y aprovechar más nuestro tiempo libre.

Juan, tiene 25 años y tiene hijos, además de trabajar durante 10 horas al día lo cual le deja sin apenas tiempo libre ni ganas de ir al supermercado para llenar el frigorífico, con nuestro servicio/aplicación puede realizar la compra de varios supermercados de una forma rápida y sencilla desde cualquier lugar en unos minutos y pudiendo ser entregada en su hogar y pudiendo programar lo mismo todas las semanas o meses

Parte 2: Creación del Mapa de Empatía

En una hoja grande, en formato digital, dibuja un círculo en el centro con el título "Cliente". Luego, divide este círculo en seis secciones y completa cada una de ellas basándote en tu cliente ideal (se aporta un ejemplo)



1. Segmento de clientes:

- Antes de comenzar el Mapa de Empatía, cada grupo o estudiante debe definir **con claridad a su cliente ideal**. Este debe estar basado en una investigación o en un perfil demográfico real, por ejemplo:
 - Edad, género, ubicación.
 - Ocupación, nivel educativo.
 - Intereses, estilos de vida.
 - Nivel de ingresos
- Si es necesario, se puede crear un "personaje ficticio" que representa al cliente, incluyendo nombre, ocupación, y características clave.

2. Creación del Mapa de Empatía:

- En una hoja grande, pizarra o herramienta digital, dibuja un círculo en el centro con el título "**Cliente**" y divídelo en seis secciones:

a) ¿Qué piensa y siente el cliente?

Nuestro cliente se preocupa por su tiempo libre, está preocupado por perderlo o malgastarlo, y quiere quitarse preocupaciones al respecto.

b) ¿Qué ve el cliente?

Nuestro cliente ve que no tiene suficiente tiempo libre para usarlo en acciones recreativas, y quiere evitar estos problemas o solventarlos más rápidamente, tiene opciones como hacer la compra en un cierto supermercado, pero debe gastar mucho dinero en una sola tienda y puede que no tenga disponibles todos los productos que quiere, por lo que tiene que hacer varios pedidos en varias tiendas

c) ¿Qué escucha el cliente?

Nuestro cliente escucha a sus compañeros de trabajo de cómo también tienen poco tiempo, y haciendo compras online en su tiempo libre pueden ahorrar tiempo para usarlo como quieran

d) ¿Qué dice y hace el cliente?

Nuestro cliente tiene a disposición las aplicaciones propias de las empresas de supermercados, pero le hacen pagar pedidos mínimos muy grandes que igual no necesita

e) ¿Qué problematizar le surge al cliente? (Esfuerzos)

Nuestro cliente siente ansiedad por tener siempre en cuenta cómo gasta su tiempo, haciendo que se frustre si no llega a encontrar suficiente tiempo para sus necesidades básicas.

f) ¿Qué espera ganar el cliente? (Resultados)

Nuestro cliente espera encontrar una solución sencilla y amena para garantizar tener más tiempo para su disfrute personal.

Parte 3: Análisis y ajuste de la idea de negocio

1. Discusión en grupo:

Tener más tiempo libre facilitando la compra en supermercados en una sola aplicación con una única cesta de la compra haciendo las compras más rápidas y sencillas.

Nuestro servicio a diferencia de la competencia, tiene una mayor usabilidad, ya que dispone de seguimiento de pedidos, compatibilidad con distintas tiendas y supermercados locales además de envíos a domicilio.

2. Refinamiento de la propuesta de valor:

Para mejorar nuestro servicio/producto podríamos añadir programación de pedidos semanales o mensuales, para que los clientes siempre tengan su compra cuando se estén quedando sin provisiones.

Parte 4: Validación con clientes potenciales (en el aula)

Realiza una breve entrevista a cada uno de tus compañeros actuando como cliente. Utiliza las siguientes preguntas para obtener retroalimentación:

- **¿Cuáles son los problemas principales que enfrentan en este ámbito?**
Competición con una empresas ya semi-afianzadas en este mercado, con un producto muy específico
- **¿Qué soluciones has probado hasta ahora y por qué no te han funcionado del todo?**
Hacer un producto más útil y sencillo para un público más amplio
- **¿Qué beneficios te gustaría obtener de una solución como la que estoy proponiendo?**
Alcanzar a un mayor rango de personas y edades pudiendo expandir nuestro público objetivo y beneficios
- **¿Hay algo en mi propuesta que te genera dudas o qué mejorarías?**
Poder tener más opciones de tamaños o que el producto disponga de programación de pedidos.

Parte 5: Presentación y retroalimentación: ELEVATOR PITCH

¿Cuál es el beneficio para el cliente? ¿Qué problema vamos a resolver? ¿Qué necesidades se va a satisfacer?

Tener mayor tiempo libre haciendo sus compras entre supermercados mas sencillas y rápidas teniendo un único sitio donde realizar todas las operaciones

¿Cuál es el mercado?

Todo tipo de persona, desde jóvenes hasta personas mayores sin importar el género ni su nivel de ingresos

¿Cómo genera dinero?

El servicio genera dinero a través de aplicar un porcentaje a las compras, también con un método de suscripción para que los envíos sean más baratos si usan bastante la aplicación.

¿Cómo captar clientes?

A través de ofertas y ahorros, con una buena campaña de marketing y con face to face haciendo que las personas que les guste la aplicación puedan ganar beneficios si otra personas se registran y usan nuestros servicios a través de su link.