

Crear valor con el Modelo de Negocio Canvas

Propuesta de Valor y Segmentos de Clientes - Bloque 2: Diseño y validación de modelos de negocio

Enfoque: Diseño centrado en necesidades reales



Objetivo de la clase

Comprender los elementos centrales

Dominar los componentes clave del modelo Canvas para construir negocios sólidos

Enfoque en Propuesta de Valor

Desarrollar propuestas que realmente resuelvan problemas específicos

Segmentación efectiva

Identificar y definir segmentos de clientes con precisión estratégica

Diseñaremos negocios viables, centrados en necesidades reales del entorno y usuarios específicos.

¿Qué significa "crear valor"?

Crear valor trasciende la simple venta de productos. Se trata de **resolver un problema real o satisfacer una necesidad genuina** de manera que mejore la vida o el trabajo de alguien.

"Un negocio exitoso no nace de una idea brillante, sino de una necesidad bien comprendida."



Visión general del modelo Canvas

El Business Model Canvas organiza la lógica de negocio en **9 bloques interconectados**.
Hoy profundizamos en los dos más críticos para el éxito.



i En esta clase nos centramos específicamente en **Segmentos de Clientes y Propuesta de Valor** como base fundamental.

¿Qué es una Propuesta de Valor?

Es la **promesa específica de resolver un problema o mejorar una situación** para un cliente determinado. Debe ser clara, diferenciadora y verdaderamente significativa.

- **Valor funcional**
Resuelve tareas prácticas específicas
- **Valor emocional**
Genera sentimientos positivos
- **Valor social y ambiental**
Impacto en comunidad y sostenibilidad

✓ **Ejemplo Algramo:** "Compras justas, sin pagar de más por el envase" - propuesta clara y diferenciada.





FINANCIAMIENTO

- 11 DE AGOSTO 2025 - 10:20

Corfo abrió convocatoria de programa Invierte para apoyar Nuevas Redes Ángeles y Plataformas de Crowdfunding

POR ENTREPRENERD

¿En que impacta una propuesta de valor clara en fondos como este?



FINANCIAMIENTO - 11 DE AGOSTO 2025 - 10:20

Corfo abrió convocatoria de programa Invierte para apoyar Nuevas Redes Ángeles y Plataformas de Crowdfunding

POR EMPREENDER

Una propuesta de valor debe estar bien definida para que los emprendimientos puedan **atraer inversores** y diferenciarse dentro de convocatorias como esta.

Por ejemplo:

Elemento diferencial: Un emprendimiento podría plantear su propuesta de valor resaltando que su idea no solo busca retorno económico, sino también impacto social, inclusión de género, sustentabilidad, etc.—de modo que se alinee con los criterios que podría valorar Corfo y otros inversionistas ángeles.

Claridad de cliente objetivo: Debe estar claro a quién sirve el emprendimiento, qué problema resuelve, cómo lo entrega, qué lo hace mejor que otros para que los inversionistas lo vean como “una apuesta con valor”.

Segmentos de Clientes

Los segmentos son **grupos específicos de personas u organizaciones** a los que queremos servir. La clave está en entender que no todos los clientes son iguales.

01

¿Quién tiene el problema?

Identifica quién experimenta realmente la necesidad

02

¿Quién toma la decisión?

Determina quién decide sobre la compra o adopción

03

¿Quién paga?

Clarifica la fuente de financiación del valor creado

04

¿Qué les une?

Define características comunes del segmento

Ejemplo Karün: Cliente principal = persona urbana consciente del impacto ambiental y la moda sostenible.



Ajuste entre cliente y propuesta

Problem-Solution Fit



La propuesta solo cobra sentido cuando **responde a un problema real o una aspiración genuina** del cliente identificado.

La pregunta clave es: *¿Qué "trabajo" está tratando de resolver el cliente?*

"Las personas no compran productos, contratan soluciones para hacer un trabajo."

- Alexander Osterwalder

Jobs to be Done

Jobs to Be Done” (JTBD)

significa literalmente “trabajos por hacer

Se refiere a lo que un cliente realmente quiere resolver o lograr al usar un producto o servicio.

Fue popularizado por Clayton Christensen y se enfoca en el progreso deseado, no solo en las características del producto.

¿Por qué es útil?

- Permite diseñar propuestas de valor centradas en el cliente, no en el producto.
- Ayuda a entender motivaciones reales detrás de una compra.
- Mejora la empatía con los usuarios y la alineación con sus verdaderas necesidades.



Jobs to be Done

Tipos de “trabajos” (jobs)

- **Funcionales:** Tareas prácticas

(ej: transportar, limpiar, comunicar).

- **Emocionales:**

Cómo quiere sentirse el cliente (seguro, reconocido, independiente).

- **Sociales:**

Cómo quiere ser percibido por otros (exitoso, responsable, moderno).

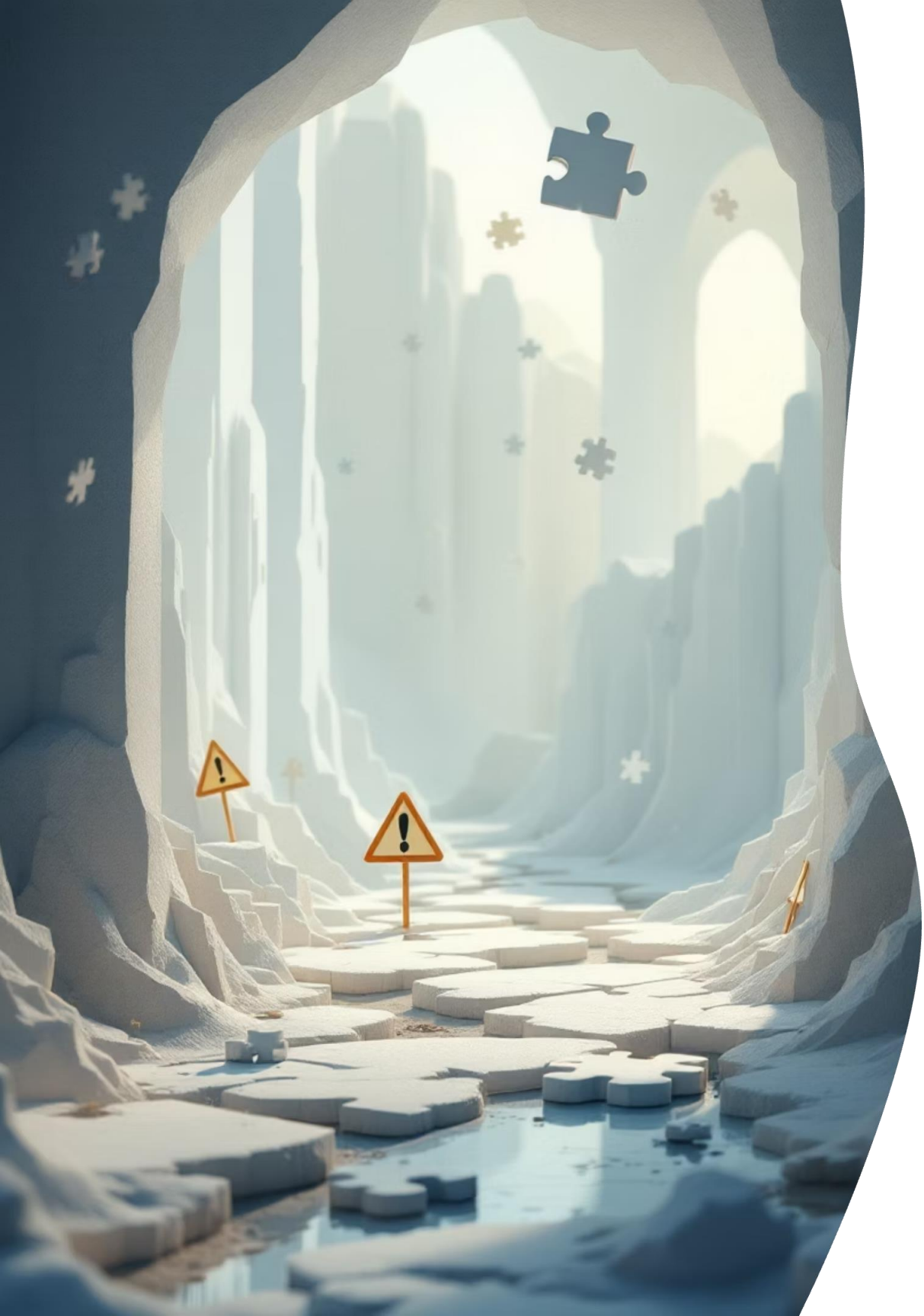
Ejemplo aplicado

Una persona no quiere “comprar una mermelada artesanal”

→ Quiere tener un regalo cuidado, local y significativo para su suegra.

Ese es el verdadero “job” que debemos comprender.





Errores comunes al definir la propuesta

Perspectiva del producto

Hablar desde las características técnicas en lugar de los beneficios para el cliente

Desconocimiento del contexto

No comprender realmente cómo vive y trabaja el cliente objetivo

Propuestas genéricas

Utilizar términos vagos como "calidad" o "buen precio" sin diferenciación específica

Soluciones sin problema

Crear productos que no abordan necesidades reales o urgentes del mercado

Conexión con emprendedoras reales

Preparamos nuestra **observación activa** para la entrevista con emprendedoras del curso:

Problema y solución

¿Qué problema específico dice resolver su producto o servicio?

Clientes actuales

¿Cómo describe a sus clientes habituales y qué características comparten?

Visión futura

¿Ha reflexionado sobre sus clientes ideales o segmentos por explorar?



Actividad práctica: Radiografía Canvas

Buscar bases fondo Crece Sercotec 2025.

Objetivo: Aplicar conceptos al caso real de nuestra emprendedora acompañante



- 1. Identificación**
Definir emprendimiento y rubro específico
- 2. Segmentación**
Describir al menos un segmento cliente principal actual
- 3. Propuesta de valor**
Identificar problema que resuelve y diferenciación
- 4. Presentación**
Exposición de 2 minutos por grupo con retroalimentación

Ⓞ **Entregable:** Definir propuesta de valor y clientes de acuerdo a las bases de postulación Crece 2025