



UNIVERSIDAD
DE
CÓRDOBA

Entregable 3: Ajuste Propuesta de Valor

Emprendimiento Disciplinado: El
Proceso de Creación de Empresa

Alumnos:

Batista Hernandez, Juan Pablo

Checa Moreno, Carlos

Gallardo Apolo, Leonardo

Hernández Fernández, Gracia

Muñoz Millán, Laura

Mansour Wehbe, Juan Samir



Entregable 3

AJUSTE PROPUESTA DE VALOR

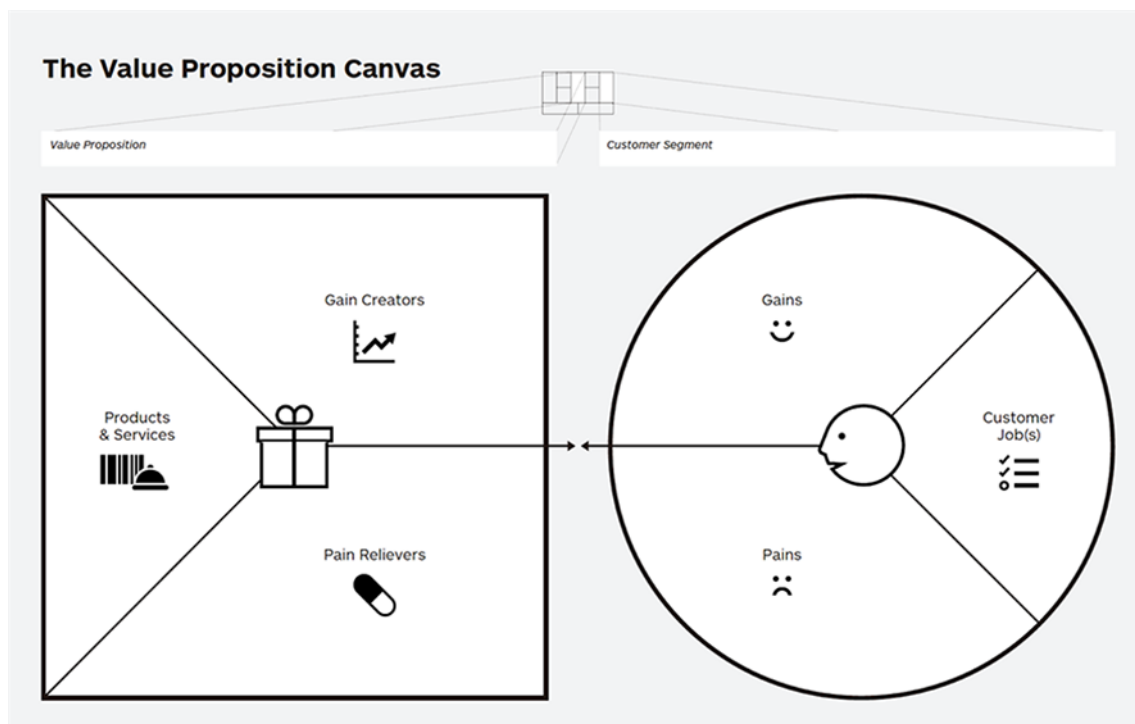


Figura 1: The Value Proposition Canvas

1 Customer Segment

- **Jobs:** Mantenerse hidratado sin azúcares, disfrutar de una experiencia sensorial, adoptar hábitos sostenibles.
- **Pains:** El agua puede percibirse como aburrida, opciones poco saludables y se generan muchos residuos plásticos.
- **Gains:** Sabor sin calorías ni químicos, reducción de plásticos, hidratación innovadora, experiencia única adaptada a gustos personales.

2 Value Proposition

2.1 Products & Services

- Botella reutilizable con tecnología de aromatización retronasal.
- Cápsulas biodegradables de aromas naturales (lavanda, cítricos, frutos rojos, etc.).
- App para crear y compartir combinaciones de sabores.
- Sistema de reciclaje de cápsulas y recargas reutilizables.

2.2 Pain Relievers

- Elimina la necesidad de bebidas azucaradas al engañar al cerebro con aromas, sin químicos ni calorías.
- Reduce el uso de plásticos de un solo uso con cápsulas 100% biodegradables y botella reutilizable.
- Acaba con la monotonía del agua mediante más de aromas personalizables.

2.3 Gain Creators

- **Experiencia multisensorial única:** La app sugiere combinaciones basadas en preferencias del usuario "pack energía" para deportistas, "sabores frutales" para niños).
 - **Sostenibilidad circular:** Programa de devolución de cápsulas usadas para compostaje, reforzando el compromiso eco-friendly.
 - **Adaptabilidad:** Diseño ergonómico para llevar a cualquier lugar con diferentes tamaños según la necesidad (gimnasio, oficina, viajes).
-

3 Conexión Propuesta entre la Propuesta de Valor y el Segmento de Clientes

Para garantizar que nuestra propuesta de valor se adapte al segmento de nuestros clientes, implementaremos estrategias de personalización y comunicación efectiva:

- **Aplicación informativa para clientes:** Desarrollo de una app que brinde información detallada sobre el producto, incluyendo ofertas exclusivas, catálogos, rutas de actividades y puntos de venta.
- **Segmentación y personalización:** Adaptación de los beneficios del producto según el perfil del cliente, alineando la propuesta con sus intereses específicos:
 - **Deportistas:** Botella resistente y ergonómica con aromas energizantes como lima-jengibre para mejorar el rendimiento.
 - **Familias:** Sabores divertidos como fresa-sandía y diseños antiderrames para facilitar su uso por niños.
 - **Ocio y entretenimiento:** Alternativas sin alcohol con sabores inspirados en cócteles como mojito o piña colada, ofreciendo una experiencia social sin comprometer la salud.
- **Compromiso con la sostenibilidad:** Reforzar la implicación del ciudadano para implementar un entorno sostenible.

4 Conclusión

La propuesta de valor es sólida, pero al integrar la app, personalización por segmentos y detalles de sostenibilidad, se elevará su claridad y atractivo para los clientes. Esto asegurará que Fit-Air no solo resuelva problemas, sino que también genere deseos y lealtad en su audiencia.

BIBLIOGRAFÍA

- [1] Pérez Naranjo, L., Rodríguez Zapatero, M. (2025). Canvas de propuesta de valor. [Vídeo]. Universidad de Córdoba.
https://moodle.uco.es/m2425/pluginfile.php/165298/mod_label/intro/tema3_encaje.mp4
- [2] Batista Hernandez, J. P., Checa Moreno, C., Gallardo Apolo, L., Hernández Fernández, G., Muñoz Millán, L., & Mansour Wehbe, J. S. (2025). Entregable 1: Círculo dorado. Universidad de Córdoba.
- [3] Batista Hernandez, J. P., Checa Moreno, C., Gallardo Apolo, L., Hernández Fernández, G., Muñoz Millán, L., & Mansour Wehbe, J. S. (2025). Entregable 2: El lienzo de modelo de negocio. Universidad de Córdoba.