



BIENVENIDOS AL ÁREA EPT - SEMANA 27 (EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO)

Reflexionamos sobre nuestros aprendizajes



Publicado por:





Secundaria

1.º y 2.º grado: Educación para el Trabajo

SEMANA 27

Validamos las hipótesis del lienzo de modelo de negocios Lean Canvas: bloque Segmento de clientes

DÍAS 4 Y 5

Actividad: Comprendemos el proceso de validación de las hipótesis del bloque Segmento de clientes (día 4)

Actividad: Validamos las hipótesis del bloque Segmento de clientes (día 5)

RECURSOS Y/O MATERIALES A USAR (EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO)



PRIMERO, ¿QUÉ NECESITAMOS?

- Tu portafolio
- Cuaderno u hojas de papel, si son de reúso, mejor!
- Un lápiz
- Un lapicero con tinta azul o negra
- Muchas ganas de hacer las actividades
- Involucrar a tu familia

¿QUE HAREMOS?

En esta oportunidad, aprenderás a validar tus hipótesis del bloque de Segmento de clientes, pondrás a prueba si es que los clientes que supones comprarán tus productos y/o servicios y están realmente interesados en tu oferta. Para ello, te mostraremos diversas técnicas y estrategias que desarrollarás en dos actividades.

En la primera actividad, comprenderás el proceso de validación de las hipótesis del bloque Segmento de clientes. En la segunda actividad, tu reto será validar las hipótesis del bloque Segmento de clientes.

Tienes **40** minutos para realizar cada actividad.

Publicado por:





Secundaria

ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos el proceso de validación de las hipótesis del bloque ..)

Iniciamos informandonos



Actividad

Comprendemos el proceso de validación de las hipótesis
del bloque Segmento de clientes (día 4)

¡Nos informamos!

(Puedes leer o escuchar la siguiente situación)

Hasta ahora, ya conocemos los 8 bloques¹ de nuestro lienzo Lean Canvas, los cuales has ido completando con supuestos o hipótesis de cómo sería tu modelo de negocio.

Validación de hipótesis del bloque Segmento de clientes

Nuevamente pasaremos por los 8 bloques, pero esta vez validando las hipótesis que has ido elaborando. Hoy, nos enfocaremos en el bloque de Segmento de clientes, cuyo objetivo es:

- Comprobar que nuestra hipótesis o suposición sobre el bloque Segmento de clientes es realmente como suponíamos.
- El segmento de clientes identificado está dispuesto a pagar por la solución a sus problemas o necesidades.
- El tamaño del mercado es tal que permitirá que mi negocio se expanda (ejemplo, que pueda crecer a nivel nacional).





Secundaria

ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos el proceso de validación de las hipótesis del bloque ..)

No todas las personas pueden ser tus clientes, es imposible crear, diseñar y posicionar de manera eficaz un producto para todo el mundo, en ese sentido, debemos identificar qué personas tienen un problema o necesidad común y están dispuestas a pagar por tu producto y/o servicio. A ese grupo específico de personas, se le denomina segmento de clientes o también segmento de mercado. La segmentación de clientes, nos permitirá:

- Conocer y entender mejor al cliente en sus problemas y necesidades.
- Dirigirnos a un público de similar comportamiento, hábitos y consumo.
- Resolver sus problemas o necesidades a la medida de las expectativas del segmento de clientes elegido.

Céntrate en el segmento de clientes con los problemas en mente que puedan tener. Resume las características de tu cliente, tu objetivo al inicio es definir al “early adopter”².

Para comprender este proceso de validación de hipótesis del segmento de clientes usaremos el siguiente ejemplo:

Mi Propuesta Única de Valor (PUV) es: “La manera de identificarte con tu equipo y la cultura de tu pueblo vistiéndote con camisetas deportivas con aplicaciones bordadas a mano”³. Esta redacción se basa, en los ejemplos que pone Ash Maurya en su libro⁴. “Dedica más tiempo a construir que a planificar en tu negocio” es la propuesta única de valor del Lean Canvas.



i bien ... ahora
sigamos leyendo
el texto ... !





ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos el proceso de validación de las hipótesis del bloque ..)

Hipótesis de mis clientes: hombres entre 35 a 50 años, casados, tienen menos de tres hijas y/o hijos, asisten por lo menos a 4 partidos de equipos profesionales al año, ganan más de 2500 soles mensuales, tienen un sentido de responsabilidad social, gustan de la artesanía local con iconografía de la cultura local, generalmente viven en zonas urbanas, gustan de verse bien y en especial de usar camisetas que los identifiquen con sus equipos favoritos.

¿Qué pasos debemos de seguir durante la validación?

- Investigar el tamaño del segmento de clientes objetivo.** Obtener datos estadísticos, sobre el número de personas que son parte del segmento de clientes que has definido. Es importante que uses fuentes confiables como el INEI, los datos de los ministerios públicos, investigaciones científicas, etc.
- Observar.** Mirar cómo se comporta el cliente, sin que él lo sepa, para que podamos conocer cómo realmente actúa, cuáles son sus movimientos, con quién anda, cómo va vestido, compra algo extra, etc.
- Entrevistar.** La manera más rápida de aprender sobre sus problemas o necesidades, es hablar con los clientes, conversar con la gente, nada de encuestas ni *focus groups*, La entrevista con el cliente es una forma de validación cualitativa muy eficaz, a la hora de detectar indicios sólidos a favor o en contra de una hipótesis, utilizando una muestra de tamaño “razonablemente” pequeña.
- Experimentar.** El prototipo o producto mínimo viable⁵ (PMV), se usará en la experimentación o validación. Tienes que tener ya un “producto de verdad”, que debes estar vendiendo, ese es el PMV.



**i bien ... sigamos
validando nuestra
hipótesis ... !**





Secundaria

ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos el proceso de validación de las hipótesis del bloque ..)

¿Qué resultados podemos obtener de la validación?

Validando el ejemplo de PUV “La manera de identificarte con tu equipo y la cultura de tu pueblo vistiéndote con camisetas deportivas con aplicaciones bordadas a mano”, podemos obtener los siguientes supuestos resultados:

- **Nuestra hipótesis era correcta.** Confirmamos que los clientes que habíamos supuesto son los correctos (ejemplo: son hombres de 35 a 50 años que están dispuestos a comprar camisetas); tienen la necesidad de resolver el problema de contar con camisetas deportivas con aplicaciones bordadas a mano y están dispuestos a pagar por ellas.
- **Nuestra hipótesis era correcta parcialmente.** No habíamos considerado en nuestro supuesto que, además de hombres, también existen mujeres de 25 a 35 años que asisten a ver los partidos y que también desean camisetas deportivas similares.
- **Nuestra hipótesis era incorrecta.** Encuentras otro grupo diferente al que tú suponías. Ejemplo: los hombres de 35 a 50 años no estaban interesados en la adquisición de nuestras camisetas, prefieren camisetas con estampados y no bordados. Si sucede esto último, no hay problema, no has gastado dinero en elaborar un gran número de camisetas, como usaste un producto mínimo viable (PMV), evitaste pérdidas y ganaste en conocimiento del mercado.

Luego de la lectura que has realizado, escribe o graba en un audio la respuesta al siguiente reto:

- Elabora una descripción de los resultados que se pueda obtener en la validación del segmento de clientes de tu proyecto de emprendimiento.

Responde la siguiente pregunta:

- ¿Para qué crees que te sirve lo que has aprendido, en relación a tu proyecto de emprendimiento? ¿Por qué?





ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos el proceso de validación de las hipótesis del bloque ..)

Luego de la lectura que has realizado, escribe o graba en un audio la respuesta al siguiente reto:

- Elabora una descripción de los resultados que se pueda obtener en la validación del segmento de clientes de tu proyecto de emprendimiento.

1



**i bien ... sigamos
trabajando
la actividad ... !**





ACTIVIDAD 01 - DÍA 04

(Comprendemos el proceso de validación de las hipótesis del bloque ..)

Responde la siguiente pregunta:

- ¿Para qué crees que te sirve lo que has aprendido, en relación a tu proyecto de emprendimiento? ¿Por qué?

2



i **buen trabajo**
en esta actividad
sigue así ... !





ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Validamos las hipótesis del bloque segmento de cliente)

Actividad

Validamos las hipótesis del bloque Segmento de clientes (día 5)

iCreamos!

Como ya sabemos, para validar nuestras hipótesis de segmento de clientes, debemos investigar, observar, entrevistar y experimentar. Cada una de estas fases tiene en su desarrollo sus propias técnicas.

Para el caso del ejemplo de la hipótesis de mis clientes, mencionada líneas arriba, los pasos serían:

1. Investigar

Para que tu proyecto sea sostenible en el tiempo, deberías tener un gran grupo de clientes.

Para calcular el tamaño del segmento de clientes, puedes sacar estadísticas, por ejemplo, del INEI puedes obtener datos como, hombres mayores de 35 años y menores de 50. El resultado es que son 4 millones de personas en el Perú; además, el 50 % de estos hombres está casado y tiene menos de dos hijos, por lo que podemos inferir que el tamaño del segmento de clientes será de 2 millones de personas. A esto, podemos sumar datos del Ministerio de Cultura, en donde encontramos que el 25 % de los varones que asisten a eventos culturales relacionados a artesanía, compran artículos. Finalmente, solo como suposición, podríamos intuir que nuestro segmento sería de 500 mil personas.



**i bien ... sigamos
validando nuestra
hipótesis ... !**





ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Validamos las hipótesis del bloque segmento de cliente)

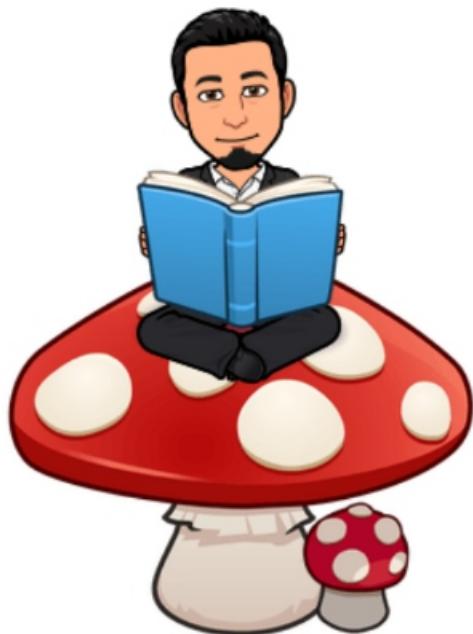
Actividad

Validamos las hipótesis del bloque Segmento de clientes (día 5)

2. Observar

En el momento de observación vimos los siguientes comportamientos:

- Vimos que los hombres no asisten solos. Asisten en compañía de al menos una persona.
- De 20 hombres, 15 llegaron con sus camisetas puestas. Los otros 5 consiguieron una en el estadio.
- Hubo mujeres jóvenes que conseguían camisetas para ingresar al estadio. A diferencia de los hombres, eran más exigentes con la calidad y diseño.
- Se observó que intentaron pagar con tarjeta, pero no pudieron, el medio de cambio era efectivo.
- Hubo colas y aglomeraciones para adquirir camisetas oficiales y algunas con un toque distintivo.



**i bien ... sigamos
validando nuestra
hipótesis ... !**





Secundaria

ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Validamos las hipótesis del bloque segmento de cliente)

3. Entrevistar

Para desarrollar la entrevista, te brindamos algunas preguntas sugerentes que puedes usar:

Las preguntas sugeridas (en relación al ejemplo) permiten explorar y conocer más al segmento de clientes.

- Cuénteme, ¿cuándo fue la última vez que asistió al estadio?, ¿cómo fue su experiencia?, ¿con quiénes lo visitó?
- ¿Qué fue lo que le motivó asistir?
- ¿Con qué frecuencia va al estadio?
- ¿Utiliza algún tipo de vestimenta de su equipo, cuando lo ve jugar en el estadio?
- ¿Qué le ha resultado difícil al momento de buscar una prenda de vestir de su equipo?

Evita preguntas cerradas, que no ayudan a la validación y exploración, como, por ejemplo: ¿A usted le gustan los deportes? ¿Usted va al estadio? ¿Le gusta ir al estadio?

Realiza una prueba de entrevista

Siempre tienes que ensayar y planear tu entrevista para comprobar tus hipótesis y lograr obtener muchas opiniones de tus entrevistados; entonces, puedes seguir estos consejos:

- Con ayuda de tus familiares o amigos puedes practicar tus preguntas (esto solo a modo de prueba, porque ellos no son tus clientes, necesariamente).
- Realizar las entrevistas a tus familiares te permitirá perfeccionar tu técnica para entrevistar.
- Quizás en este momento tus preguntas pueden cambiar de orden, pues para eso son las pruebas.
- Recuerda que lo más importante es generar una conexión con tu cliente para evocar emociones reales.





Secundaria

ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Validamos las hipótesis del bloque segmento de cliente)

Antes de empezar las entrevistas con tu segmento de cliente, responde las siguientes preguntas:

¿Cuántas entrevistas debo hacer?	Mínimo 2 entrevistas por día (si son más, mucho mejor).
3 ¿A dónde ir?	Identifica donde hay mayor concentración de tu público objetivo (ejemplo en nuestro caso: vecinos que gustan de ir a los estadios, grupos de Facebook relacionados a deportes, eventos relacionados a partidos, etc.). Ten presente que puedes preguntar utilizando tus redes sociales o conversando desde tu balcón o la puerta de tu casa, siempre manteniendo la distancia social y mascarilla.
¿Cuánto tiempo?	Alrededor de 15 minutos. Es necesario obtener información relevante.

Ficha de recolección de datos (fuente de verificación)

4

Con apoyo de tu cuaderno y lápices, deberás recolectar de forma ordenada las respuestas de tus entrevistados.

- Datos de contacto de los entrevistados (nombres, correo, número de celular), estos datos son importantes pues los podrás usar para las siguientes reuniones o incluso para ofrecerles tu futuro producto.
- También puede ser en una hoja de cálculo donde colocamos nuestras respuestas.

Entrevistamos a quienes compraron en el mismo estadio y a otro grupo que asistió con la camiseta puesta. Ejemplo:





ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Validamos las hipótesis del bloque segmento de cliente)

Nombres y apellidos	¿Con qué frecuencia asiste al estadio?	¿Dónde adquirió su camiseta?	¿Qué valora de la camiseta que compró?	¿Suele venir acompañado?	Datos de contacto
Sergio Ramírez (H) - 60	No me pierdo los partidos de mi equipo	Me la regalaron	Es el diseño oficial de mi equipo	Sí, me gusta disfrutar en familia	boni@go.com 98763512
María Quispe (M) - 28	Al año 4 veces	Tuve que comprar una aquí	Apoyo a las artesanas y me gustaron los diseños únicos	Sí, acompaña a mis primos	mar@gl.com 653-5678

Total, de las entrevistas:

- Hombres de 25 a 50 años: 50 entrevistados.
- Mujeres de 25 a 40 años: 40 entrevistados (decidimos entrevistarlas porque observamos este nuevo perfil).

Respuestas y aprendizajes

- Los hombres que asisten son *fans* de equipos profesionales de fútbol, indicaron que asisten al 70 % de encuentros deportivos oficiales, pero ya tienen una camiseta de su equipo.
- Se entrevistó a mujeres de 25 a 40 que eran parte de los grupos de fanáticos que compraron camisetas elaboradas por manos artesanas.
- Las mujeres entrevistadas indicaron que los diseños relacionados a momentos importantes del jugador en la cancha, los comprarían para regalarlos o incluso para colecciónarlos.
- Aprendimos que las mujeres que asistieron y compraron buscan un valor más allá del producto.





Secundaria

ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Validamos las hipótesis del bloque segmento de cliente)

Respuestas y aprendizajes

- Los hombres que asisten son *fans* de equipos profesionales de fútbol, indicaron que asisten al 70 % de encuentros deportivos oficiales, pero ya tienen una camiseta de su equipo.
- Se entrevistó a mujeres de 25 a 40 que eran parte de los grupos de fanáticos que compraron camisetas elaboradas por manos artesanas.
- Las mujeres entrevistadas indicaron que los diseños relacionados a momentos importantes del jugador en la cancha, los comprarían para regalarlos o incluso para colecciónarlos.
- Aprendimos que las mujeres que asistieron y compraron buscan un valor más allá del producto.

¿Cuál fue el resultado de nuestra validación?

¡Los hombres de 25 a 50 años no compran camisetas! - Perfil de cliente incorrecto.

Encontramos un nuevo público

- Mujeres de 25 a 40 años que asisten de manera continua a los encuentros deportivos, con motivación para invertir en la compra de productos con responsabilidad social (apoyo a artesanas). Que buscan artículos con temas deportivos para regalo a amigos o familiares. Usan medios digitales (redes sociales, páginas web, otros) y tienen ingresos mayores a 1600 soles. Según INEI, existen 2 millones de mujeres con este perfil.



i **buen trabajo**
ya casi terminamos
sigue así ...!





ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Validamos las hipótesis del bloque segmento de cliente)

4. Experimentar

Vender las primeras camisetas, darse cuenta de la aceptación o rechazo, mejorar los diseños, formas, colores, etc. de acuerdo a las sugerencias de tus clientes del tipo “*early adopters*” (en español “los primeros en adoptar”). Para validar, iremos, poco a poco, vendiendo 100, 500, 1000 camisetas, así sucesivamente. Comenzaremos con los clientes que nos son más cercanos, aquellos de confianza que nos pueden dar consejos sobre los colores, formas y los bordados. Luego, cuando ya tengamos definido nuestro producto, gracias a los consejos de nuestros “*early adopters*”, empezaremos, ahora sí, a vender en mayor escala.

Luego de la lectura que has realizado. Ahora te toca a ti, escribe o graba en un audio la respuesta al siguiente reto:

- Elabora las preguntas de la entrevista según tu proyecto de emprendimiento.

5





ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Validamos las hipótesis del bloque segmento de cliente)

- Aplica una prueba de la entrevista a tus familiares más cercanos (por cuestión de la pandemia no aplicamos al segmento objetivo).

6

- Redacta el segmento objetivo de clientes validado.

7





Secundaria

APRENDO
en casa

ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Validamos las hipótesis del bloque segmento de cliente)

¡Reflexiona!

¿Crees que lo aprendido hoy, te será útil para la implementación de tu proyecto de emprendimiento? ¿Por qué?

8

Publicado por:





Secundaria

ACTIVIDAD 02 - DÍA 05

(Validamos las hipótesis del bloque segmento de cliente)

¡Recuerda las ideas clave que aprendiste en esta guía!

- Los objetivos de la validación de la hipótesis del bloque de Segmento de clientes, son:
 - Comprobar que nuestra hipótesis o suposición sobre el bloque de Segmento de clientes es realmente como suponíamos.
 - El segmento identificado está dispuesto a pagar por la solución a sus problemas o necesidades.
 - El tamaño de mercado permitirá que mi negocio se expanda.
- Validar las hipótesis del segmento de clientes implica:
 - Investigar
 - Observar
 - Entrevistar
 - Experimentar
- La segmentación de clientes, permite:
 - Conocer y entender mejor al cliente en sus problemas y necesidades.
 - Dirigirnos a un público de similar comportamiento, hábitos y consumo.
 - Resolver sus problemas o necesidades, a la medida de las expectativas del segmento de clientes.

¡Recuerda!

Siempre sé creativa/o y organiza lo elaborado utilizando el material que tengas a tu alcance. Ten presente tu compromiso y ten en cuenta lo que te has propuesto para que puedas monitorear si lo vas logrando. ¡No te olvides de guardar tu producción en el portafolio!

