JTBD

Entender qué trabajo intenta resolver el cliente.

- Trabajo por hacer
- Competencia desde JTBD
- Insight de oportunidad

Trabajo por hacer

Habilidad: *Definir el Jobs to Be Done principal del cliente como lente para entender la competencia y el posicionamiento.*

¿Por qué importa esta habilidad?

El JTBD redefine quién es el competidor real: no es quien hace algo parecido, sino quien también ayuda al cliente a hacer ese trabajo. Esta perspectiva abre oportunidades de ventaja que el análisis competitivo tradicional no ve.

Qué se ve como un buen resultado

El equipo tiene un canvas JTBD completado que articula el trabajo funcional, emocional y social del cliente, y lo usa para reinterpretar la competencia y el posicionamiento.

Errores comunes

- Definir el JTBD en términos del producto en lugar del trabajo del cliente.
- No distinguir entre el trabajo principal y los trabajos secundarios.
- Usar el JTBD como ejercicio teórico sin conectarlo a la estrategia.
- No actualizar el JTBD con el aprendizaje del discovery.

Preguntas que el startup debe responder

- ¿Cuál es el progreso que el cliente quiere hacer?
- ¿Qué impide actualmente al cliente hacer ese trabajo bien?
- ¿Cómo mide el cliente si el trabajo está bien hecho?
- ¿Hay trabajos relacionados que la startup también podría ayudar a resolver?

Artifact requerido

? Canvas JTBD

Propósito: Documentar el Jobs to Be Done principal del cliente con sus tres dimensiones y el contexto de activación.

Card vinculada: Trabajo por hacer

Instrucciones de desarrollo

1. Define el trabajo principal: "Cuando [contexto], el cliente quiere hacer [trabajo funcional], para [resultado esperado]".
2. Agrega el trabajo emocional: ¿cómo quiere sentirse el cliente mientras hace el trabajo?
3. Agrega el trabajo social: ¿cómo quiere ser percibido?
4. Identifica qué soluciones actuales compiten por hacer ese mismo trabajo.

Estado esperado: Canvas con los tres tipos de trabajo, contexto de activación y competidores del JTBD.

Criterios de revisión del Artifact

- El trabajo principal sigue la estructura contexto + trabajo + resultado.
- Las tres dimensiones están documentadas.
- El contexto de activación es específico.
- Los competidores del JTBD están identificados.

Estado: ? No iniciado | ? En progreso | ? Completo | ? Revisado | ? Cumple estándar | ? Fuerte/Sobresaliente

Criterios de completitud

- El canvas JTBD tiene las tres dimensiones completas.
- Los competidores del JTBD están identificados.
- El canvas se usa para reinterpretar el posicionamiento.

Rúbrica de revisión

Nivel	Descripción
No iniciado	No hay canvas JTBD.
En progreso	El JTBD está definido en términos del producto.
Completo	El canvas tiene la estructura básica con las tres dimensiones.

Revisado	Los competidores del JTBD están identificados.
Cumple estándar	El JTBD guía el posicionamiento y el diseño de la propuesta de valor.
Fuerte/Sobresaliente	Se actualiza con el aprendizaje de cada ciclo de discovery.

Cards relacionadas / siguiente paso

- Competidores y alternativas
- Competencia desde JTBD
- Trabajo del cliente

Competencia desde JTBD

Habilidad: *Reinterpretar el mapa competitivo usando la lógica del trabajo del cliente en lugar de la similitud de soluciones.*

¿Por qué importa esta habilidad?

Desde la perspectiva del JTBD, un milkshake compite con un banana porque ambos hacen el mismo trabajo. Reinterpretar la competencia desde el trabajo del cliente revela amenazas no obvias y oportunidades de posicionamiento.

Qué se ve como un buen resultado

El equipo tiene un mapa de alternativas rediseñado desde la lógica del JTBD, que incluye competidores no evidentes y revela oportunidades de posicionamiento que el análisis tradicional no mostraría.

Errores comunes

- Limitar el análisis competitivo a empresas similares en apariencia.
- No preguntar al cliente con qué compara la solución del startup.
- Ignorar las soluciones analógicas o manuales que hacen el mismo trabajo.
- No conectar el mapa JTBD con la estrategia de go-to-market.

Preguntas que el startup debe responder

- ¿Qué otras opciones usa el cliente para hacer el mismo trabajo?
- ¿Hay soluciones de bajo tech o manuales que hacen el trabajo igual?
- ¿El cliente podría contratar personas en lugar de un producto?
- ¿Hay nuevas tecnologías que podrían hacerse el trabajo en los próximos 3 años?

Artifact requerido

? Mapa JTBD de alternativas

Propósito: Rediseñar el mapa competitivo desde la lógica del trabajo del cliente para revelar alternativas no evidentes.

Card vinculada: Competencia desde JTBD

Instrucciones de desarrollo

1. Parte del canvas JTBD y del trabajo principal identificado.
2. Lista todas las formas en que un cliente puede hacer ese trabajo hoy: tech, manual, personas, procesos.
3. Agrupa las alternativas por tipo de trabajo que hacen.
4. Identifica los puntos donde el startup es significativamente mejor en hacer el trabajo.

Estado esperado: Mapa con alternativas organizadas por tipo de trabajo y análisis de diferenciación.

Criterios de revisión del Artifact

- Las alternativas incluyen opciones no tecnológicas y manuales.
- Están organizadas por tipo de trabajo que realizan.
- Los puntos de diferenciación del startup están identificados.
- El mapa revela al menos una alternativa no considerada previamente.

Estado: ? No iniciado | ? En progreso | ? Completo | ? Revisado | ? Cumple estándar | ? Fuerte/Sobresaliente

Criterios de completitud

- El mapa incluye alternativas no evidentes desde la perspectiva JTBD.
- Los puntos de diferenciación están identificados.
- El mapa revela oportunidades de posicionamiento.

Rúbrica de revisión

Nivel	Descripción
No iniciado	El análisis competitivo solo incluye competidores tecnológicos similares.
En progreso	Hay conciencia de alternativas manuales pero no están documentadas.

Completo	El mapa incluye alternativas de distintos tipos organizadas por trabajo.
Revisado	Los puntos de diferenciación están identificados con evidencia.
Cumple estándar	El mapa JTBD guía la estrategia de go-to-market y el diseño del pitch.
Fuerte/Sobresaliente	Se actualiza con el aprendizaje de cada ciclo de ventas.

Cards relacionadas / siguiente paso

- Trabajo por hacer
- Insight de oportunidad
- Competidores y alternativas

Insight de oportunidad

Habilidad: *Encontrar oportunidades de ventaja competitiva a partir de la lógica del trabajo del cliente.*

¿Por qué importa esta habilidad?

El JTBD no es solo un marco de análisis: es un generador de estrategia. Los insights derivados del JTBD revelan trabajos mal servidos, contextos no atendidos y combinaciones de trabajo que ningún competidor ha resuelto.

Qué se ve como un buen resultado

El equipo ha identificado al menos dos oportunidades de ventaja competitiva derivadas del análisis JTBD, con un plan para aprovecharlas.

Errores comunes

- Hacer el análisis JTBD pero no extraer implicaciones estratégicas.
- Identificar insights obvios que los competidores ya conocen.
- No conectar los insights con el diseño del producto o la estrategia de go-to-market.
- No validar los insights con clientes antes de actuar sobre ellos.

Preguntas que el startup debe responder

- ¿Qué trabajo importante está siendo mal servido por todas las alternativas actuales?
- ¿Hay un contexto de activación que ningún competidor está atendiendo bien?
- ¿Qué trabajo relacionado podría la startup resolver junto con el principal?
- ¿Qué insight del JTBD cambiaría la estrategia si se validara?

Artifact requerido

? Ficha de oportunidad JTBD

Propósito: Documentar los insights estratégicos derivados del análisis JTBD y su implicación para la ventaja competitiva.

Card vinculada: Insight de oportunidad

Instrucciones de desarrollo

1. Revisa el canvas JTBD y el mapa de alternativas y busca los trabajos mal servidos.
2. Para cada trabajo mal servido, escribe el insight: "El cliente necesita X pero ninguna alternativa lo resuelve bien porque Y".
3. Define la implicación para el startup: ¿cómo puede aprovecharlo?
4. Valida el insight con clientes: ¿reconocen el trabajo mal servido?

Estado esperado: Ficha con 2 a 3 insights de oportunidad, implicaciones para el startup y estado de validación.

Criterios de revisión del Artifact

- Al menos dos insights identificados con la estructura "trabajo + falla de la alternativa".
- Las implicaciones para el startup están definidas.
- El estado de validación de cada insight está documentado.
- Los insights son específicos, no genéricos.

Estado: ? No iniciado | ? En progreso | ? Completo | ? Revisado | ? Cumple estándar | ? Fuerte/Sobresaliente

Criterios de completitud

- La ficha tiene 2 a 3 insights de oportunidad documentados.
- Las implicaciones estratégicas están definidas.
- Al menos un insight está validado con clientes.

Rúbrica de revisión

Nivel	Descripción
No iniciado	No hay insights derivados del JTBD.
En progreso	Los insights son obvios y ya conocidos por los competidores.
Completo	La ficha tiene 2 a 3 insights con estructura básica.

Revisado	Las implicaciones para el startup están definidas.
Cumple estándar	Los insights guían decisiones de producto y posicionamiento.
Fuerte/Sobresaliente	Se actualiza con el aprendizaje de cada ciclo de discovery y validación.

Cards relacionadas / siguiente paso

- Trabajo por hacer
- Competencia desde JTBD
- Posicionamiento competitivo