

## **PROPUESTA DE VALOR: JUSTIFICACIÓN**

La idea presentada tiene su origen en la observación de que la mayoría de la población española NO REALIZA LA LIMPIEZA EXTERIOR DE LAS PERSIANAS.

Para corroborar esta intuición, se realizó una encuesta en ferreterías, centros comerciales y a pie de calle, cuyo objetivo era conocer los hábitos de los potenciales clientes y si existía hueco en el mercado para introducir el producto.

Entre los resultados obtenidos hay que destacar que más del 86 % de los encuestados aseguró desconocer la existencia de cualquier tipo de sistema de limpieza exterior de las persianas.

Además, del 14% restante que sí que conocían algún método de limpieza exterior de persianas, un 8% opinó que los sistemas que conoce le parecen caros y poco eficientes.

En cualquier caso, el 91% de las personas respondió que la limpieza exterior de las persianas es una actividad peligrosa tal y como se realiza en la actualidad.

En conclusión, los datos presentados muestran que es un hecho que la no se realiza la limpieza exterior de las persianas en España y que de realizarse, los sistemas existentes son caros, poco eficientes e incluso peligrosos. Por ello, es posible introducir en el mercado un método de limpieza siempre y cuando este sea sencillo, tanto en instalación como en uso, eficiente y sobretodo debe ser económico.

<b>MODELO CANVAS NEGOCIO: LIMPIADOR EXTERIOR DE PERSIANAS</b>				
<b>Asociaciones clave</b>	<b>Actividades clave</b>	<b>Propuesta de valor</b>	<b>Relaciones con clientes</b>	<b>Segmentos de clientes</b>
<p>Fabricantes de persianas</p> <p>Fabricantes de líquido limpiador</p>	<p>Producción</p> <p>Comercialización</p> <p>Logística</p> <p><b>Recursos clave</b></p> <p>Canales de distribución</p> <p>Marca</p> <p>Patente</p> <p>Nave fabricación</p>	<p><b>Autolimpiador de persianas ajustable móvil</b></p>	<p>Demostraciones uso a potenciales compradores y distribuidores</p> <p>Venta líquido limpiador</p> <p><b>Canales</b></p> <p>Página web</p> <p>Cuentas en Redes sociales</p> <p>Tiendas especializadas</p> <p>Almacenes materiales</p> <p>Grandes superficies</p>	<p>Comunidades</p> <p>Centros comerciales</p> <p>Grandes superficies</p> <p>Cientes particulares</p>
<p><b>Estructura de costes</b></p> <p>Costes fijos</p> <p>Nave fabricación</p> <p>Maquinaria</p> <p>Personal administración</p> <p>Seguros</p> <p>Costes variables</p> <p>Mano obra directa</p> <p>Materiales</p> <p>Energía</p>		<p><b>Fuentes de ingresos</b></p> <p>Venta producto</p> <p>Venta líquido limpiador</p> <p>Derechos patente otros países</p> <p>Cualquier forma de pago</p>		

## **PROPUESTA DE VALOR**

Para asegurar el éxito de la empresa debemos ofrecer al cliente una solución eficiente y única, es decir que no sea capaz de encontrar en ningún otro fabricante. El producto presentado basa su valor en los siguientes tres factores:

- **Barato:** Reducimos los costes monetarios y de tiempo que supone la labor de limpiar una persiana.
- **Sencillo:** Los clientes podrán realizar la limpieza de sus persianas con un simple movimiento realizado de subir y bajar la persiana.
- **Seguro:** eliminamos el riesgo de que una persona caiga al vacío al limpiar una persiana.

En definitiva, hacemos la vida del cliente más sencilla satisfaciendo su necesidad (limpiar las persianas) con un menor esfuerzo o coste e incrementando su seguridad.



**Vídeo en youtube del prototipo: limpiador exterior de persianas. Enlace:**

**<https://www.youtube.com/watch?v=h1xWHkZczAo&feature=youtu.be>**