

- **Se valora mucho** que la idea sea VIABLE, basada en la identificación de una oportunidad y en lo útil que pueda ser para el mercado.
- Proposición de valor: vale 2 puntos en la nota final.
- Explicar cómo diferenciarte de la competencia.
- *Número mínimo de líneas 40. Tipo de letra: Verdana. Tamaño:11. Interlineado:1,5*

1. Propuesta valor

La **propuesta de valor** hay que entenderla como el conjunto de beneficios que le vamos a aportar a nuestros clientes con nuestros productos y servicios. Es la razón por la que los clientes nos elegirán a nosotros como alternativa en lugar de a la competencia.

Aquí es fundamental conocer:

- ¿Qué problema ayudamos a solucionar?
- ¿Qué es lo que te hace diferente y, por lo tanto, es por lo que tu cliente está dispuesto a pagarte?

Recuerda que, nuestro valor puede ser:

- Cuantitativo: por ejemplo, el precio
- Cualitativo: por ejemplo, el diseño

Elementos que contribuyen a la creación de valor para el cliente:

- **Novedad:** Las proposiciones de valor basadas en la novedad, **tratan de satisfacer necesidades nuevas** que **no existían** con anterioridad. Suelen estar relacionados con la tecnología, pero también con innovaciones de tipo social y económico, por ejemplo, la banca ética o las guarderías en los polígonos empresariales.
- **Mejorar el rendimiento:** Ejemplo de sector informático, siempre ha fabricado PC cada vez más potentes, con mayor capacidad de almacenamiento... con el objetivo de mejorar el rendimiento.
- **Diseño:** Se trata de un **valor aparentemente más subjetivo**, aunque en **determinados sectores** como el de la moda es una **parte esencial**. Apple se basa en el diseño como eje central.
- **Marca / Status:** Otra forma de crear valor se da cuando una marca es capaz de **conseguir que los clientes asocien su uso** con conceptos tales como el **prestigio** o la **exclusividad**. Ocurre, por ejemplo, en sectores tales como la perfumería (Chanel) o la relojería (Rolex). El

ejemplo de Ferrari o rolex., por ejemplo los skaters también vestirán con marcas típicas de su "tribu" que les identifique como parte de un grupo social.

- **Precio:** Una propuesta de valor basada en este elemento consiste en **ofrecer** al cliente **productos similares a un precio más reducido**, algo que éste valora muy positivamente. Es la estrategia típica de las grandes superficies o de las aerolíneas de bajo coste. Zara e Ikea son dos ejemplos representativos.
- **Reducción de costes:** Por ejemplo, shalesforce.com. Salesforce es un CRM que se aloja en la nube, lo que abarata y reduce costes a sus clientes.
- **Reducción de riesgo:** Se trata de otro **elemento muy bien valorado** por los clientes **a la hora de adquirir productos o servicios**. Sobre todo si se trata de una compra de alto precio. Así, si nos compramos un coche, un factor que seguramente valoraremos es el número de años de garantía que se nos ofrece. Por ejemplo, un coche de segunda mano puede fundamentarse en una propuesta de valor de reducción de riesgos ayudándose de una garantía de compra del coche de x años.
- **La calidad:** Ejemplo de Rolls Roice, que se dedica a hacer motores de reacción para la industria aeronáutica, con lo que las aerolíneas confían plenamente en el buen hacer de Rolls Roice y ellos se centran en la dirección de los aviones.
- **Prestaciones:** El valor se basa, en este caso, en **mejorar las prestaciones de uso de un producto o servicio**. El sector de la informática se basa en esta premisa, creando ordenadores con cada vez más utilidades (lectores de tarjetas, webcams integradas...).
- **Personalización (personalización):** Se crea valor **ajustando los productos y servicios a las necesidades específicas de un cliente o segmento** de clientes. En los últimos tiempos, se trata de combinar la producción a gran escala con la adaptación a las necesidades individuales. Por ejemplo, existen tiendas de ropa online que permiten al comprador elegir colores y diseños personalizados aplicados a modelos hechos en serie. Moo, empresa de diseño de tarjetas de visita personalizadas.
- **Facilitar el trabajo:** En este caso, la propuesta de valor consiste en **ayudar al cliente a realizar determinados trabajos**. Por ejemplo, si fabricamos motores para una marca de tractores y al mismo tiempo nos encargamos del servicio de mantenimiento, estamos facilitando muchísimo la tarea de dicha marca.
- **Disponibilidad:** Consiste en **dar acceso a productos y servicios** que **antes** estaban **restringidos a algunos clientes**. Por ejemplo, una empresa de alquiler de limusinas pone este tipo de vehículos antes exclusivo de personas pudientes a disposición de cualquier grupo de amigos.

- **Sencillez de uso:** Consiste, básicamente, en que las **cosas** sean **más sencillas de usar**. Apple, con Ipods e Itunes, consiguió dominar el mercado facilitando la búsqueda, compra.
- **Impacto social:** *¿El producto o servicio que ofrecemos continua con los roles de género? ¿Se incorporan medidas para ayudar a conciliar la vida familiar? ¿accesibilidad para colectivos con discapacidad? ¿la calidad de nuestro punto contribuye a reducir el consumo y a generar menos residuos? ¿Es reciclable?*