

PROPOSICIÓN DE VALOR

Nuestra proposición de valor va a ser la razón por la cual los consumidores acudan a nuestra empresa antes que cualquier otra, debido a que verán un valor significativo en nosotros. Se trata de renovar los armarios. En otras épocas, las familias eran mayormente numerosas y por tanto, el préstamo entre hermanos e incluso amigos era bastante común. ¿Quién no para ciertos eventos y fiestas se han prestado ropa y complementos? Se trataría de retomar estas costumbres perdidas

La cuestión es bastante fácil, ¿merece la pena gastar 150 euros en una camisa, en un abrigo 500 o en un bolso 400, cuando entre nosotras nos podemos ayudar a estar guapas,?

Los armarios o roperos de las personas mayores son un modelo de buen vestir, de calidad, en una palabra, "de buen gusto" etc. Por eso, nuestra idea consiste en compartir o intercambiar entre todos estos roperos, es decir, hacer circular esta ropa entre los armarios.

Otro valor añadido que le vamos a dar a nuestra idea está enfocado al empleo de los recursos naturales de forma sostenible. Los recursos de nuestro medio ambiente son limitados, por lo que no debemos abusar de ellos; lo que sí deberíamos hacer es contribuir al entorno mediante el aprovechamiento de la ropa de segunda mano ya disponible. Con ello, es conveniente dejar de comprar productos de primera, pues requieren un gran uso de las riquezas naturales.

Confiamos en que en un futuro cercano el mercado de segunda mano tendrá su triunfo. Cada vez más, hay más tiendas de este tipo y las marcas de gran prestigio también tienen su propio espacio para ello. Las razones son las mismas que las anteriores, es decir, la primera mano no deja de gastar recursos naturales, los cuales son finitos y los cuales no dejamos de explotar. Por lo tanto, la alternativa más común que se propone sería la compra y venta de ropa utilizada.

Por otro lado, también le vamos a dar valor a la contratación de trabajadores que cuentan con distintos problemas, desde las personas inmigrantes, personas con alguna discapacidad, hasta aquellos que no encuentran trabajo. De esta manera, podemos ayudar a contribuir al crecimiento de empleo y ofrecerles una vida más digna.

En conclusión, el valor de nuestra proposición es de tipo cualitativo dado que tiene que ver con la percepción que el cliente tiene del servicio.