

PROPUESTA DE VALOR

Propuesta de valor- UNARTE

Como hemos introducido en la fase de presentación del proyecto, UNARTE es una galería de arte inclusiva.

Es un lugar que combina ocio y arte creando un espacio lúdico y educacional. Un proyecto con implicación social en el que trabajar eliminando todas las barreras.

Nos decantamos por una galería en lugar de por un museo porque estos últimos, a diferencia de las galerías de arte, son entidades casi sin fines de lucro.

Además, no se dedican a vender obras de arte. En cambio, las galerías sí.

Nuestra intención en un futuro es poder vender obras hechas por personas de diversidad funcional y con materiales reciclados.

Por esta última razón, unida a nuestra intención de obtener lucro a raíz del precio de las entradas, hemos elegido fundar una galería y no un museo.

A través de la tecnología más avanzada ofrecemos obras que se pueden disfrutar a través de todos los sentidos. De esta forma, en nuestra galería, a diferencia de los museos y galerías tradicionales, las pinturas, esculturas y monumentos están preparadas para tocarlas, verlas, saborearlas, oirlas y olerlas, pero sobre todo sentirlas.

Así, UNARTE cubre una necesidad que ninguna empresa del sector ofrece: aproximar el arte a toda la población, haciendo posible que las necesidades especiales no sean una impedimento para disfrutar del arte.

Pero... ¿Cómo conseguimos que nuestros clientes sientan el arte?

Recordando que disponemos de pinturas, esculturas y monumentos lo haremos de la siguiente forma (teniendo en cuenta que especificaremos los proveedores en la tercera entrega):

- **Pinturas:**

Las pinturas son obras tangibles con lenguaje braille y audio.

Ofrecemos unas obras que reúnen todas las características necesarias para que una persona pueda "leer" la imagen con sus manos.

Gracias a esta tecnología, podemos ofrecer una combinación de los siguientes tres tipos de cuadros:

- Impresiones táctiles

Pintura más básica que incluye únicamente las impresiones táctiles.

- Impresiones táctiles con braille

PROPUESTA DE VALOR

Pintura intermedia que incluye información textual accesible para los invidentes mediante lenguaje braille.

- Impresiones táctiles con componentes electrónicos y audio

Pinturas avanzadas que incluye impresiones táctiles, componentes y sensores adicionales para crear una experiencia más inmersiva y educativa.

Incluye los servicios de los paquetes anteriores más una funcionalidad de audio (para disfrutar del arte a través del oído) con sensores táctiles integrados para contextualizar las obras y explicar aspectos importantes para su comprensión completa.

Además, estas obras también incluyen componentes que emiten olores únicos que evocan a las escenas representadas.

- **Esculturas y monumentos:**

Las recreaciones de estas obras no están a escala real, ya que es necesario adaptarlas para poder tocarlas más cómodamente y poder imaginarlas.

Por otra parte, además de todo esto, disponemos de otras dos secciones diferenciadas:

- Una sección destinada a obras elaboradas por personas con diversidad funcional para darles la visibilidad y apoyo que se merecen.
- Otra sección de obras realizadas única y exclusivamente con materiales reciclados, para poder contribuir al medio ambiente de la mejor manera posible: creando arte.

Por último, cabe mencionar que muchas de las obras irán acompañadas de grageas de sabores que nos ayuden a teletransportarnos a lo que representa cada obra.

Por supuesto, todos los carteles explicativos que acompañan cada creación artística están en braille y todo el espacio está adaptado a las personas con movilidad reducida para que puedan moverse por nuestras instalaciones sin problemas.

En la siguiente entrega desarrollaremos con más detalle las características técnicas de los productos mencionados.

A raíz de esto, tenemos cinco servicios diferentes con el objetivo de adaptarnos a cada nicho de mercado. Procedemos a desarrollarlas a continuación.

1. En primer lugar, ofrecemos una entrada estándar.

● ¿En qué consiste?

Este primer servicio consiste en una visita libre por nuestra galería, en la que se podrá disfrutar de las obras con total plenitud a través de todos los sentidos.

● ¿Incluye servicios adicionales?

Este servicio incluye la opción de realizar la visita con gafas para corregir el daltonismo para aquellas personas que lo necesiten.

PROPUESTA DE VALOR

2. Nuestro segundo servicio se trata de una entrada con visita guiada.

- ¿En qué consiste?

Incluye una visita alrededor de la galería con audioguías y/o signoguías, ya que, por supuesto, contamos con signoguías que conocen el lenguaje de signos para que aquellos con disminución del oído puedan entender las explicaciones de cada obra.

Nuestros guías son profesionales del mundo del arte que explicaran a la perfección la historia de cada obra. Lo harán adaptando las explicaciones al grupo de gente al que se dirija para que ninguna persona tenga problemas de comprensión.

- ¿Incluye servicios adicionales?

Este servicio incluye la opción de realizar la visita con gafas para corregir el daltonismo para aquellas personas que lo necesiten.

3. Nuestro tercer servicio es una entrada para grupos con taller artístico.

- ¿En qué consiste?

Únicamente disponible para grupos de más de 6 personas.

Incluye una visita alrededor de la galería con audioguías y/o signoguías, ya que, por supuesto, contamos con signoguías que conocen el lenguaje de signos para que aquellos con disminución del oído puedan entender las explicaciones de cada obra.

Nuestros guías son profesionales del mundo del arte que explicaran a la perfección la historia de cada obra. Lo harán adaptando las explicaciones al grupo de gente al que se dirija para que ninguna persona tenga problemas de comprensión.

Una vez finalizada la visita por la galería se realizaría un taller que consiste en realizar obras con materiales reciclados.

Dependiendo de las características del grupo variarán los materiales y metodología.

- ¿Incluye servicios adicionales?

Este servicio incluye la opción de realizar la visita con gafas para corregir el daltonismo para aquellas personas que lo necesiten.

4. Nuestro cuarto servicio es una entrada educativa.

Únicamente disponible para centros educativos, para que nos visiten escuelas, universidades y centros de formación de todo tipo.

- ¿En qué consiste?

PROPUESTA DE VALOR

Incluye una visita alrededor de la galería con audioguías y/o signoguías, ya que, por supuesto, contamos con signoguías que conocen el lenguaje de signos para que aquellos con disminución del oído puedan entender las explicaciones de cada obra.

Nuestros guías son profesionales del mundo del arte que explicaran a la perfección la historia de cada obra. Lo harán adaptando las explicaciones al grupo de gente al que se dirija para que ninguna persona tenga problemas de comprensión.

La explicación de las guías estará adaptada a los intereses de cada centro, por el curso y materia que estén trabajando en clase y deseen conocer con más profundidad y dinamismo.

● ¿Incluye servicios adicionales?

Este servicio incluye la opción de realizar la visita con gafas para corregir el daltonismo para aquellas personas que lo necesiten.

También incluye la opción de realizar un taller de elaboración de obras con materiales reciclados.

5. Nuestro quinto y último servicio es una entrada con charla.

Este servicio se realizará en fechas específicas en las cuales un profesional del arte visitará nuestra galería para ofrecer sus conocimientos en relación a nuestras exposiciones.

● ¿En qué consiste?

Esta entrada incluye una visita libre por nuestra galería, en la que se podrá disfrutar de las obras con total plenitud a través de todos los sentidos.

Tras la correspondiente visita se disfrutará de charlas de profesionales del sector del arte.

● ¿Incluye servicios adicionales?

Este servicio incluye la opción de realizar la visita con gafas para corregir el daltonismo para aquellas personas que lo necesiten.

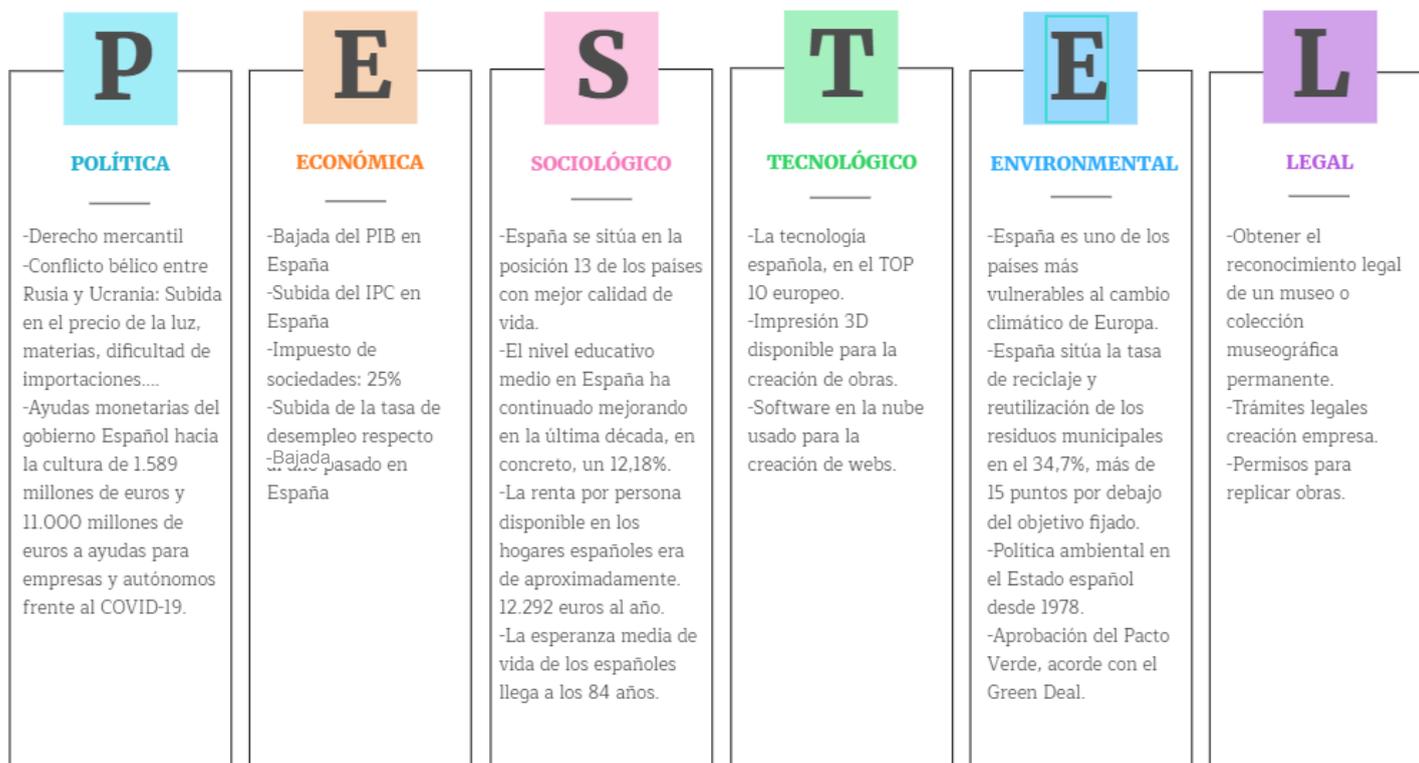
En conclusión, UNARTE ofrece una experiencia sensorial. Una experiencia única que une la cultura y la inclusión.

Ofreciendo un lugar de ocio en el que toda la población pueda disfrutar sin excepciones.

PROPUESTA DE VALOR

Para respaldar nuestra propuesta de valor, realizamos diversos análisis:

A través del **análisis PESTEL** identificaremos los factores del macroentorno que afectan a nuestra empresa.



FACTORES	PONDERACIÓN				INTERPRETACIÓN
	(i)	(p)	(q)	VALOR	
Derecho Mercantil	10	100	0	110	Los trámites a realizar para constituir una empresa de nueva creación nos ocupan bastante tiempo pero tenemos facilidades para realizarlos y solo se realizan una vez
Conflicto Bélico	80	100	30	210	La guerra afecta a nuestra economía en datos macroeconómicos, pero esperamos que finalice pronto
Ayudas Monetarias	75	100	70	245	Asistimos a una buena época en relación a las ayudas disponibles
Bajada del PIB	70	90	50	230	Arrastramos los datos de las consecuencias de la pandemia, pero vamos obteniendo mejores datos

PROPUESTA DE VALOR

Subida del IPC	75	100	70	245	Asistimos a un inflación de los precios y, por lo tanto, se afecta a la renta disponible por las familias
IS	70	100	10	170	El IS es alto, pero no se prevé su subida
Tasa de desempleo	80	100	60	140	Bajada de la tasa de desempleo gracias a la creciente recuperación de la pandemia, son buenas noticias ya que el empleo favorece el ocio
Calidad de vida	100	90	70	160	Por suerte, los españoles, por norma general, podemos permitirnos destinar una parte de la renta al ocio y no se prevé que la situación cambie, aunque puede verse afectada por la subida de los precios
Nivel educativo	90	100	70	260	En España hay un buen nivel educativo, lo que puede traducirse en el interés por la cultura y el arte
Renta por persona	50	100	20	170	La renta por persona está aumentando en los últimos años, además ha habido una subida del SMI. Esto favorece la renta destinada a ocio
Esperanza de vida	40	100	20	160	La esperanza de vida en el país es muy favorable, pero su subida es controlada. Nos permite abarcar a un grupo de mayor edad en nuestro público objetivo
Tecnología española	100	100	100	300	Los avances tecnológicos nos permiten ofrecer un servicio mejor para adaptarnos al máximo. Vivimos en la era de la tecnología, por lo que la innovación va a seguir creciendo
Software	100	100	100	300	Ligado con el aspecto anterior, los avances tecnológicos nos permiten ofrecer un servicio mejor y están en continuo desarrollo
Cambio climático	70	95	80	145	Los datos negativos acerca del cambio climático van en aumento y hay aspectos que nos afectan
Tasa de reciclaje	25	75	50	150	La tasa de reciclaje en el país está lejos del objetivo marcado por la Comisión Europea, pero poco a poco

PROPUESTA DE VALOR

					la población se está concienciando más
Política Ambiental	10	90	65	170	Disponemos de una política ambiental obsoleta en España, ya que es del año 1986, pero tal vez que la actualicen ya que es un tema de actualidad
Pacto verde	70	100	80	250	Ya está aprobado este paquete de iniciativas políticas cuyo objetivo es situar a la UE en el camino hacia una transición ecológica y cada vez que pasa el tiempo más importancia legal se le da
Reconocimiento legal	30	100	5	135	Un museo no puede tener fines de lucro, por lo que jamás conseguiremos este reconocimiento, ya que la probabilidad de que esto cambie es muy baja, pero no es muy vital, podemos constituirnos como galería

Para realizar un correcto análisis del microentorno, utilizaremos las **5 Fuerzas de Porter**.

Analizando las 5 variables, obtenemos el siguiente resultado:



- Poder de los clientes

Nuestro público objetivo es muy amplio y no todos pueden disfrutar de nuestra competencia (ya que no se adaptan a sus necesidades).

- Amenaza de nuevos competidores

La creación de museos o galerías de arte supone un alto coste que no muchos inversores pueden permitirse, por lo que los nuevos competidores no es algo que nos preocupe en grandes cantidades.

- Poder de los proveedores

PROPUESTA DE VALOR

Para la creación de las obras se necesita una tecnología específica que pocas empresas tienen, por lo que los proveedores pueden permitirse fijar un elevado precio al que debemos ajustarnos.

- Amenaza de sustitutivos

Nos enfrentamos a un mundo con posibilidades infinitas. La tecnología y otros avances hacen posible nuevos formatos que pueden ser una amenaza.

- Rivalidad competitiva

Nuestra competencia directa, como puede ser el IVAM o el museo de la Fundación Bancaja, tienen una amplia experiencia de la que nosotros carecemos. Además, al ser una empresa de nueva creación, no tenemos fama en el sector ni nos conoce todavía el público objetivo.

Sin embargo, no ofrecen el valor añadido que nosotros sí aportamos.

Para realizar el **análisis interno** consideramos los siguientes factores:

PRODUCCIÓN	FINANCIACIÓN
Alto coste	Posibilidad de optar a subvenciones
Suministros de calidad y especializados	Donaciones
	Patrocinios
Pocos proveedores	
MODELO DE NEGOCIO	EQUIPO
Diferenciador y novedoso	Falta de experiencia
Tanto digital como tradicional	Equipo externo especializado en inclusión y obras artísticas adaptadas
Cuenta con actividades complementarias además de la principal actividad de empresa	

Tras esto, realizamos una ponderación (valores 0,3,6,9) de los factores internos para conocer cuales de estos son los que más nos afectan frente a nuestra competencia, para poder realizar una posterior selección para el análisis DAFO.

FACTORES	Ponderación empresa	Ponderación competencia	INTERPRETACIÓN
----------	---------------------	-------------------------	----------------

PROPUESTA DE VALOR

Alto coste	9	3	En nuestra empresa es más importante el alto coste de nuestras obras, ya que, la financiación necesaria es muy elevada, mientras que en nuestra competencia es un factor presente pero no tiene el mismo peso en comparación.
Financiación a través de donaciones	9	3	Al igual que en el alto coste, necesitamos mucha financiación para afrontar costes, con lo cual, pensamos que es un punto importante y positivo, ya que, a diferencia de nuestra competencia, nuestro modelo de negocio nos permite obtener donaciones.
Posibilidad de optar a subvenciones	9	3	Es un punto muy importante frente a nuestra competencia porque podemos optar a más subvenciones con nuestras laborales sociales y diferenciales.
Patrocinios	9	3	Al igual que en las subvenciones, tenemos una ventaja competitiva ya que los patrocinadores están más interesados en actividades que mejoren la sociedad, y es uno de los puntos centrales de nuestra empresa.
Modelo negocio diferenciador y novedoso	9	1	Es la ventaja más destacada frente a la competencia ya que nuestra idea de negocio innovadora con carácter social es única en el ámbito.
Pocos proveedores	3	1	Es un punto que debemos mejorar frente a nuestros competidores ya que al tener obras de arte tan específicas y creadas especialmente para nuestra galería, no optamos con una amplia gama de proveedores.

PROPUESTA DE VALOR

Suministros de calidad y especializados	3	3	Pensamos que tenemos la misma importancia que la competencia ya que generalmente las obras de arte deben estar hechas de materiales resistentes, duraderos y con alta calidad.
Equipo externo especializado	9	3	Es un punto positivo a destacar ya que en el ámbito artístico es necesario personal especializado para explicar y educar sobre el arte, pero además necesitamos personal que atienda las necesidades de las personas con necesidades especiales.
Negocio tanto digital como tradicional	3	3	En la actualidad, creemos que contar con el negocio digitalizado facilita mucho la tarea a los clientes de realizar la compra, y no solo depender de la venta física.
Falta de experiencia	3	3	Pensamos que en cualquier ámbito laboral es importante contar con experiencia previa en el sector para facilitar la tarea, por eso pensamos que es importante.
Cuenta con actividades complementarias además de la principal actividad de empresa	3	3	Pensamos que contar con actividades complementarias es un punto importante para diferenciarnos y para que el cliente

A través del **análisis DAFO** podemos conocer nuestra situación en el mercado y qué tenemos que hacer para mejorar, así mismo podemos conocer otras situaciones de las que nos podemos aprovechar para la toma de decisiones estratégicas.

Empezaremos explicando el análisis interno, que está compuesto por las debilidades y las fortalezas.

Nuestras fortalezas son:

- **Tenemos un modelo de negocio innovador**, porque no hay ninguna otra empresa que ofrezca el mismo servicio que nosotros.

PROPUESTA DE VALOR

- **Amplio público objetivo.** Ofrecemos servicios para un amplio abanico de personas con diferentes características sin discriminar a ningún grupo de personas.
- **Nuestra galería contará con personal cualificado y adaptado a las necesidades de nuestros clientes,** como profesionales del arte o personas que sepan hablar la lengua de signos.
- **Somos una empresa con carácter social y cultural,** aspecto que nos distingue de otras empresas de ocio.

Nuestras debilidades son:

- **Elevada inversión inicial,** nuestra galería tiene elevados costes asociados a los locales o a la creación y mantenimiento de las obras de arte.
- **Limitación geográfica.** Como lo que ofrecemos son servicios en nuestro local, está limitado a quienes pueden visitarnos.
- **Falta de experiencia,** ya que somos inexpertos en el negocio.
- **Lentitud en la producción de obras de arte.** Se necesita mucho tiempo para producir obras de arte con las características necesarias para adaptarlas a personas con necesidades especiales.

Una vez explicado el análisis interno, comentaremos el análisis externo.

Como **amenazas** podemos enumerar:

- **Tasa de desempleo.** España es el país con la mayor tasa de desempleo de la OCDE.
- **La actual subida de precios.** Estamos sufriendo una subida de precios que nos afecta en todos los sentidos, por ejemplo el precio de la electricidad.
- **Política medioambiental desfavorable en el país.** La tasa de reciclaje y reutilización de reciclaje y reutilización se sitúa en el 34,7%, más de 15 puntos por debajo del objetivo.

Por último, nuestras **oportunidades** son:

- **Mejora del nivel educativo en España.** En los últimos años la calidad de la educación en el país ha mejorado. Como nuestra empresa es cultural, podemos beneficiarnos de esto, porque con las mejoras en la educación, más gente puede interesarse por el arte.
- **Buena situación de la calidad de vida en el país.** España es un país con una buena calidad de vida, por lo que sus habitantes pueden gastar parte de su sueldo en ocio.
- **Los avances tecnológicos, como las impresoras 3D.** Nuestro negocio necesita una buena tecnología para adaptar las obras a personas con necesidades especiales, y últimamente la tecnología está avanzando mucho.
- **Beneficios del turismo en Valencia.** Vamos a ubicar el local en Valencia, una ciudad muy visitada por los turistas que podrán conocer nuestras instalaciones durante sus vacaciones.

PROPUESTA DE VALOR

- **Ausencia de competencia directa.** Ningún museo o galería de arte ofrece los mismos servicios que nosotros al 100%. Esto es bueno para convertirnos en el líder del sector.

A través del **CAME** detectamos factores a **corregir**:

- **Nuestra falta de experiencia:** Podemos minimizar el impacto de esta debilidad contratando personal experto en el mundo de la cultura y además nosotros como parte del equipo realizar cursos y talleres para lograr ampliar nuestros conocimientos en el sector.
- **Lentitud en la producción de las obras de arte:** Para minimizar dicha debilidad realizaremos los pedidos con mucho mayor margen de tiempo para lograr tenerlas en tiempo y forma establecido.
- **Elevada inversión inicial:** Esto lo podemos minimizar comprando el mobiliario de segunda mano e intentando minimizar los costes ocasionados por la actividad de la galería.
- **Limitación geográfica:** Para ello buscaremos promocionar la galería de arte a través de portales de turismo para lograr atraer a visitantes tanto nacionales como extranjeros cuando visitan la ciudad de Valencia.

Factores a **afrentar**:

- **Política medioambiental desfavorable en el país:** Por ello mismo realizaremos obras de arte con materiales reciclados para concienciar sobre la importancia de cuidar el medio ambiente.
- **La actual subida de precios:** La afrontaremos intentando realizar ofertas para minimizar el impacto sobre el tránsito de personas a la galería de arte.
- **Tasa de desempleo:** Afrontaremos este factor pudiendo realizar ofertas especiales a personas con dificultades económicas o en este caso personas desempleadas.

Factores a **mantener**:

- **Modelo de negocio innovador:** Este punto es uno de los que más nos diferencia de nuestros competidores haciéndonos únicos por lo cual es muy importante de mantener.
- **Personal cualificado:** Este punto de cara al clientes es muy importante de mantener ya que la profesionalidad de los empleados es lo que hace que las personas vuelvan a la galería de arte y la recomienden.
- **Carácter social y cultural:** Este punto es muy importante a mantener ya que es lo que nos va a ayudar en el presente y futuro a obtener financiación de una forma más rápida debido a nuestra involucración en la cultura y mejora social.
- **Amplio público objetivo:** Este punto es un gran diferenciador frente a nuestros competidores ya que nosotros no tenemos barreras de entrada para que los visitantes puedan acudir a la galería de arte y así llegar a un número mayor de personas.

Factores a **explotar**:

- **Mejora del nivel educativo:** Esto es un factor a explotar ya que nos ayudará a atraer a la galería de arte a colegios e institutos para que realicen actividades culturales y sociales de una forma mucho más interactiva.

PROPUESTA DE VALOR

- **Calidad de vida del país:** Debido a que España es un país con buena calidad de vida nos hace tener la seguridad de que las personas visitantes podrán permitirse el valor de la entrada.
- **Avance en tecnología 3D:** nos dará una imagen de innovación que nos ayudará a la captación de visitantes, por lo que deberemos seguir invirtiendo en dicha tecnología.
- **Turismo en Valencia:** Este es uno de los factores más importantes a explotar ya que no podemos quedarnos solo con los visitantes locales de la ciudad por ello debemos aprovechar la llegada de turistas de otras comunidades o países para promocionar nuestra galería de arte mediante publicidad en portales de turismo de la ciudad y comunidad.
- **No existe competencia directa:** Es una gran oportunidad para quedar reflejados dentro de la mente de los visitantes como una galería de arte única en el sector social y cultural.

Dafo cruzado:

Estrategia ofensiva (F+O):

- El buen nivel educativo español unido a nuestro plan de negocio diferenciador y único, hacen muy atractivo el proyecto, por lo que debemos aprovecharnos de esta tendencia.
- Los beneficios del turismo en Valencia unidos a nuestro amplio público objetivo provocan que las probabilidades de que nos visitan aumenten exponencialmente, ya que cualquier persona independientemente de su nacionalidad u otras características personales pueden sentirse atraídos por nuestros servicios.

Estrategia defensiva (F+A):

- Disponemos de un modelo de negocio diferenciador y con rasgos que puede ser atractivo para inversores, pudiendo paliar así los efectos de la amenaza de la alta inversión inicial.
- Necesitamos personal cualificado para ocupar los puestos de nuestra empresa y teniendo en cuenta que España es el país con la mayor tasa de desempleo de la OCDE, seguro que podemos encontrar a muchos profesionales dispuestos a trabajar con nosotros si lo necesitamos.

Estrategia de reorientación (D+O):

- Aprovecharemos los avances tecnológicos para recortar el tiempo de producción lenta que tienen por defecto nuestras obras.
- A pesar de que nuestros servicios tengan limitación geográfica, nos podemos beneficiar del turismo en Valencia y no solo tener clientes residentes en la ciudad.
- La inflación está a la orden del día, pero por suerte, por norma general, los españoles disfrutan de una buena calidad de vida y pueden destinar parte de su economía al ocio. Debemos ofrecer unos precios competitivos para poder permitir que esto siga siendo así.

Estrategia de supervivencia (D+A):

- La actual subida de precios y la lentitud de creación de nuestros materiales, podrían provocar la necesidad de un desembolso más grande por tardar en comprarlo todo,

PROPUESTA DE VALOR

por lo que deberemos acelerar la compra de los productos para reducir el coste por la subida de precios. (Teniendo en cuenta que se prevé que seguirán subiendo los precios)

- Nuestra falta de experiencia unidas a la actual subida de precios puede provocar que en algunas ocasiones no hagamos compras responsables o nos engañen los proveedores, por lo que trabajaremos en cuidar muy bien las compras para asegurarnos que esto no suceda.

Matriz de impacto vs esfuerzo:

A raíz de esta matriz analizaremos las estrategias en función del valor que podemos generar a raíz de ellas y el esfuerzo que conllevan en relación al tiempo, dinero, etc.

Por lo que podremos determinar si realmente es eficiente llevarlas a cabo.

	ESFUERZO ALTO	ESFUERZO BAJO
IMPACTO ALTO	<p>Acelerar la compra de los productos para reducir el coste por la subida de precios.</p> <p>Acelerar la compra de los productos para reducir el coste por la subida de precios.</p> <p>Ofrecer unos precios competitivos.</p>	<p>Cuidar muy bien las compras.</p> <p>Beneficiarnos del turismo en Valencia.</p> <p>Contar con personal cualificado y adaptado a las necesidades de nuestros clientes.</p> <p>Contar con el negocio digitalizado.</p>
IMPACTO BAJO		<p>Realización de obras de arte con materiales reciclados.</p>