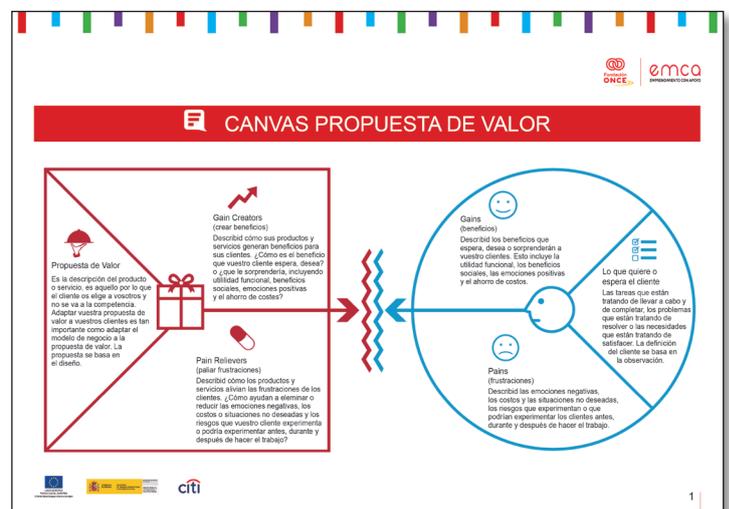


Herramienta: CANVAS PROPUESTA DE VALOR

Debemos profundizar sobre la aceptación de nuestra Propuesta de valor, como lo propone Alexander Osterwalder, que además del Business Model Canvas, ha creado una herramienta interesante, el **Value Proposition Canvas** (Lienzo de propuesta de valor).

■ ¿PARA QUÉ SIRVE?

La propuesta de valor es uno de los aspectos que mayor incertidumbre nos genera cuando estamos diseñando nuestro modelo de negocio, pero es precisamente uno de los más importantes. Debemos ser capaces de conocer **“si lo que hacemos tiene sentido para nuestro cliente”**. La Propuesta de valor es el enlace entre nuestro producto y el mercado.



La Propuesta de valor materializa la estrategia de la empresa hacia sus clientes, combinando producto, precio, servicio e imagen. Debe destacar lo que la empresa espera hacer mejor o de forma diferente respecto a su competencia, para satisfacer los problemas / necesidades de sus clientes.

Para definir bien nuestra propuesta de valor, podemos tener en cuenta algunos factores que nos pueden ayudar a diferenciar nuestro producto / servicio:

- Precio: ajuste de éste, sin perder de vista el “valor” que queremos dar a nuestro producto.
- Novedad: propuesta de valor, que abre nuevos mercados para satisfacer necesidades no explícitas de los clientes.
- Calidad: ajuste según los recursos o materiales utilizados en la producción del producto o entrega del servicio.

- Enfoque en “facilitar la vida” al cliente, optimizando su tiempo y esfuerzo.
- Marca: asociación / pertenencia a un cierto grupo social, moda o tendencia.
- Garantías superiores a los productos de los competidores.
- Minimización del riesgo para el cliente, al comprar el producto o servicio.
- Reducción de costes: propuesta de valor en mercados B2B, ayudando a los clientes a minimizar los costes.
- Diseño: elemento diferenciador en la oferta de la empresa.
- Customización: adaptación del producto / servicio a las necesidades y gustos de cada cliente o grupo de clientes.

Algunos ejemplos relacionados con propuestas de valor de algunas empresas conocidas:

Google: Resultados rápidos y precisos de búsqueda con anuncios orientados.

LinkedIn: conectar fácilmente en red con otros profesionales.

Amazon: comprar cualquier cosa en línea.

Zynga: videojuegos sociales en línea.

Para conocer la propuesta de valor de nuestra idea de negocio, podemos comenzar, haciéndonos las siguientes preguntas:

- ¿Qué vamos a poder ofrecer al mercado?
- ¿Estamos ofreciendo diferentes niveles de servicio a cada segmento de clientes?
- ¿Sabemos cuál es la percepción de nuestros clientes respecto a nuestra propuesta de valor?
- ¿Existen otras empresas que estén ofreciendo el mismo valor a menor o similar precio?
- ¿Están satisfechos los clientes con nuestra competencia?
- ¿Podemos satisfacer todas las necesidades específicas de los distintos clientes?
- ¿Tienen nuestros clientes otras necesidades que podríamos satisfacer con nuestros recursos actuales o a través de colaboradores?
- ¿Podríamos complementar nuestra propuesta de valor a través de alianzas?

■ ¿CUÁNDO SE UTILIZA?

Se utiliza en la **fase de Prototipado**, junto a las herramientas **Canvas Problema – solución** y **Bussines Model Canvas**.

🕒 TIEMPO RECOMENDADO DE DEDICACIÓN:

El tiempo aproximado que se debe dedicar para trabajar esta herramienta es de aproximadamente 2 horas, no obstante, éste puede variar dependiendo de la madurez del proyecto y la experiencia de la persona de apoyo en este ámbito.

■ ¿CÓMO UTILIZAR LA HERRAMIENTA?

Con la Propuesta de valor, más o menos definida, habrá que ponerse en la piel de nuestro cliente o usuario/a, y desde su necesidad o su deseo, analizaremos las reticencias que podría tener al encontrarse con nuestro producto o servicio.

Tendremos que pensar después en cómo paliar esas reticencias. A continuación, pensaremos sobre qué más le podremos aportar. Por último, validaremos si lo que le vamos a proponer, responde a nuestras necesidades de partida, sin olvidar ese algo más que quizás ni esperábamos.

Podemos imprimir o anotar directamente en la herramienta nuestras reflexiones sobre ella. En la parte cuadrada, estaría el emprendedor, con sus productos y servicios. En el círculo, su cliente, con sus necesidades. Si lo prefieres, podemos anotar sobre post-it.

Son 6 cuadrantes, para ir cumplimentado en 3 etapas del proceso (Observación, diseño y validación). En los siguientes enlaces, puedes encontrar información más detallada de cómo utilizar esta herramienta:

<https://javiermegias.com/blog/2013/01/value-proposition-canvas-lienzo-proposicion-valor-modelos-de-negocio/>
<https://sebastianpendino.com/canvas-lienzo-propuesta-de-valor/>

■ ¿QUÉ OBJETIVOS SE QUIEREN ALCANZAR?

El objetivo es alcanzar el encaje entre producto – mercado, es decir, llegar a identificar una solución (será nuestro producto o servicio), que tenga utilidad en el mercado (necesidades específicas de un grupo de clientes al que puede interesar por sus características nuestro producto / servicio). Esto representa la propuesta de valor.

■ RECOMENDACIONES

Si quieres profundizar más, recomendamos la lectura del siguiente libro:

Título: DISEÑANDO LA PROPUESTA DE VALOR:
COMO CREAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS
QUE TUS CLIENTES ESTAN ESPERANDO (EN
PAPEL) .

Autor: ALEXANDER OSTERWALDER , 2015.

Editorial: DEUSTO S.A. EDICIONES.

El nuevo libro de los autores del bestseller
“Generación de Modelos de Negocio”, con más de
1.000.000 de ejemplares vendidos en 30 idiomas

