



FICHA DE APLICACIÓN DOMICILIARIA N° 15

TÍTULO DE LA UNIDAD AD: "VALORAMOS NUESTRO PERÚ"

DESAFÍO DE LA SEMANA: "LA VIDA ES UN RETO. TEN SUEÑOS Y LUCHA POR ELLOS"

TEMA: APLICANDO EL LIENZO DE LA PROPUESTA DE VALOR (Parte 1)

ÁREA: EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO	NIVEL: SECUNDARIA	GRADO Y SECCIÓN: 1° A,B,C,D
DOCENTE: Regina R. Llosa Solano – Telf. 952899238 – regina_llosa1@hotmail.com		
COMPETENCIA	CAPACIDAD	DESEMPEÑO
GESTIONA PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO ECONÓMICO O SOCIAL	Crea propuestas de valor.	Crear el lienzo de mi propuesta de valor.



APLICANDO EL LIENZO DE LA PROPUESTA DE VALOR (Parte 1)



¿QUÉ ES UNA PROPUESTA DE VALOR?

También se denomina "propuesta única de valor" PUV. Es una expresión que describe el conjunto de beneficios que recibirán los clientes que utilicen nuestros productos o servicios. Es el factor que hace diferente y útil a un negocio frente a la competencia, y es apreciado por los usuarios. Elegir una buena propuesta de valor, va a hacer que el negocio se vea beneficiado. Los objetivos principales son: [1] Distinguir nuestra marca de la competencia. [2] Ofrecer una opción útil a los clientes para resolver sus problemas. [3] Destacar lo que mejor hace la empresa o negocio. [4] Ofrecer confianza al público para el que está dirigido el negocio.

¿CUÁLES SON LOS ELEMENTOS DE UNA PUV?

Para convencer al público es imprescindible que entienda porqué debe prestarte atención. Y para ello, nada mejor que una buena propuesta de valor. De manera rápida, podríamos decir que una propuesta de valor es una frase clara que:

- Especifica claramente un beneficio (**valor**)
- Transmite al cliente algo más que no le dan otros productos, y el "porqué" debe elegirte a ti y no a la competencia (**diferenciación**)
- Explica como tu producto o servicio resuelve los problemas del cliente, o mejora su situación (**relevancia**)

Ejemplo:

Una pasta dental que protege al esmalte de los dientes (**valor**), el cual transmite una sensación de frescura todo el día (**diferenciación**), dando seguridad a la persona al hablar cerca de a otras personas (**relevancia**).

Reto o Desafío: plantea una propuesta de valor para tu barrio, comunidad o región, donde especifique claramente un beneficio (**valor**), que transmita al cliente algo más que no le dan otros productos (**diferenciación**), y que mejore la calidad de vida (**relevancia**).



Valor:

.....

.....

.....



Diferenciación:

.....

.....

.....



Relevancia:

.....

.....

.....



Propuesta De Valor:

.....

.....

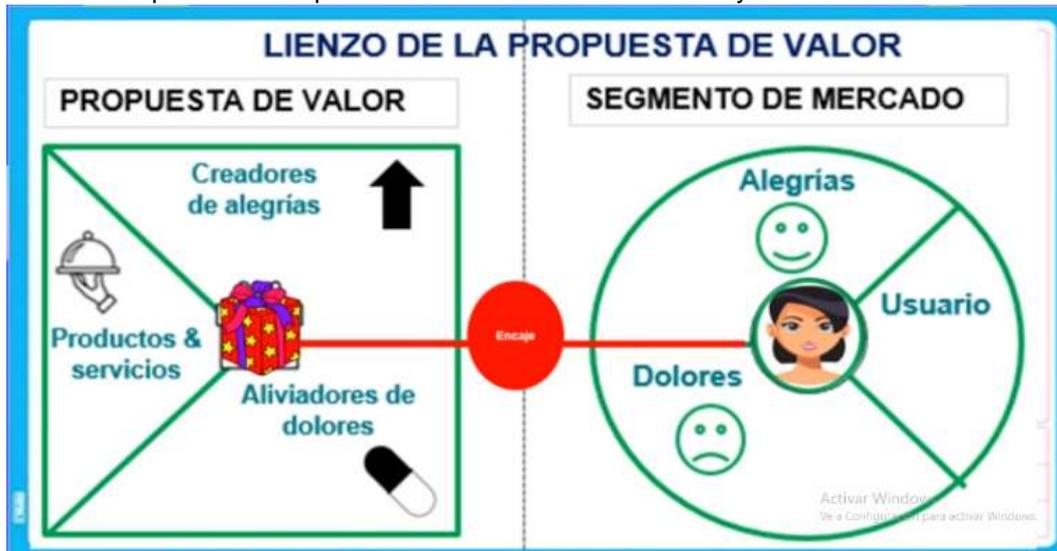
.....



"LIENZO DE LA PROPUESTA DE VALOR"

Es una herramienta visual, por lo general se puede representar en una única hoja de papel (lienzo), que permite definir (o ajustar) tu propuesta de valor, por medio de la conexión de las necesidades o deseos del cliente con tu propuesta de valor planteado, consta de dos partes:

- **LA PARTE DE OBSERVAR:** Es el lado derecho del lienzo y corresponde al **SEGMENTO DE MERCADO**. Aquí se construyen las hipótesis basadas en el cliente, o dicho de otra forma lo que creemos que necesita y desea el cliente.
- **LA PARTE DE DISEÑAR:** Es el lado izquierdo del lienzo y corresponde a la **PROPUESTA DE VALOR**. Aquí se plasman las hipótesis de valor a partir de tu producto o servicio y las hipótesis basadas en el cliente. Es el producto o servicio que creemos que va a satisfacer las necesidades y deseos del cliente.



Se consigue el encaje cuando "tu propuesta de valor coincide con el perfil del cliente, cuando tus productos y servicios son aliviadores de frustraciones y creadores de alegrías que coinciden con alguno de los trabajos, frustraciones y alegrías importantes para el cliente".

1. EL SEGMENTO DE MERCADO:

USUARIO: Son aquellas tareas, actividades, necesidades o problemas que los clientes intentan resolver en su vida personal o laboral.

ALEGRÍAS: Son los beneficios, ganancias o resultados positivos que va a recibir el cliente por usar, comprar, alquilar, etc. nuestros productos o servicios.

DOLORES: Son las molestias, dolores y emociones negativas que experimenta el cliente, se refiere a problemas o características no deseadas de los productos o servicios que actualmente se encuentran en el mercado.

2. DE LA PROPUESTA DE VALOR:

PRODUCTOS Y SERVICIOS: Es una lista alrededor de la cual se construye una propuesta de valor. Se trata de listar nuestra oferta de productos y servicios.

ALIVIADORES DE DOLORES: Son aquellas características de nuestra propuesta de valor que reducen las frustraciones de nuestros clientes. Debemos preguntarnos cómo eliminar o reducir el "dolor" de los clientes.

CREADORES DE ALEGRÍAS: Es una descripción de cómo nuestros productos o servicios crean valor, es decir, cómo generan beneficios y alegrías en nuestros clientes.

EJEMPLOS DE PROPUESTA DE VALOR: Vamos a conocer ejemplos para crear la tuya, comprobando cómo comunican su valor:

- **Starbucks:** se centra en crear una experiencia con el consumo de café, integrándose en la rutina de sus clientes, a través del trato personalizado y la decoración de sus locales, creando un ambiente diferente
- **Zara:** ofertan ropa de calidad a un precio popular, captan tendencias para adaptarlas a sus diseños rápidamente
- **Netflix:** es un canal interactivo de películas, series y programas que ofrece la opción de gestionar los contenidos para verlos en cualquier momento
- **Spotify:** proporciona música al instante, sin importar la ubicación
- **LinkedIn:** perfecta para dar visibilidad a tu perfil profesional, es la referencia en el ámbito profesional
- Como conclusión, la propuesta de valor nos dará la posibilidad de definir nuestro proyecto en su totalidad para transmitirlo, aportando seguridad y confianza, logrando nuevos clientes

Reto o Desafío: En una hoja dibuja el Lienzo De La Propuesta De Valor y plantea un ejemplo haciendo uso de cada una de sus partes. ¡TÚ PUEDES!