



CURSO

Gestión de herramientas financieras para emprendedores

Módulo 2

Propuesta de valor del emprendimiento

2.1 La propuesta de valor

¿Qué es la propuesta de valor?

Es la **idea que nos distingue** de nuestros competidores. Se trata de **destacar de qué manera nuestro negocio va a beneficiar a las personas que utilicen nuestros servicios o productos y cómo se diferencia de aquello que pueden ofrecer otras personas u empresas**. Aunque nuestra idea de negocio nos parezca fantástica, es imprescindible tomarnos el tiempo para **definir y escribir** cuál es nuestra propuesta de valor, considerando qué producto o servicio ofreceremos y sobre todo, **qué obtendrá nuestro posible o potencial cliente o clienta de él**.

Una forma simple de definir nuestra propuesta de valor es escribiendo de un enunciado en el que se incluya tanto a clientes/clientas potenciales como el producto o servicio que se ofrece y qué lo distingue de otros similares en el mercado:

Para _____ (*clientela potencial*) que quiere/necesita _____ (*necesidad detectada de la clientela potencial*), el producto o servicio _____ (*nombre del producto o servicio que ideamos*) ofrece _____ (*problema o necesidad que busca resolver*).

A diferencia de otros productos/servicios del mercado, _____ (*completar las ventajas o características únicas desde la perspectiva de usuario/usuario*).

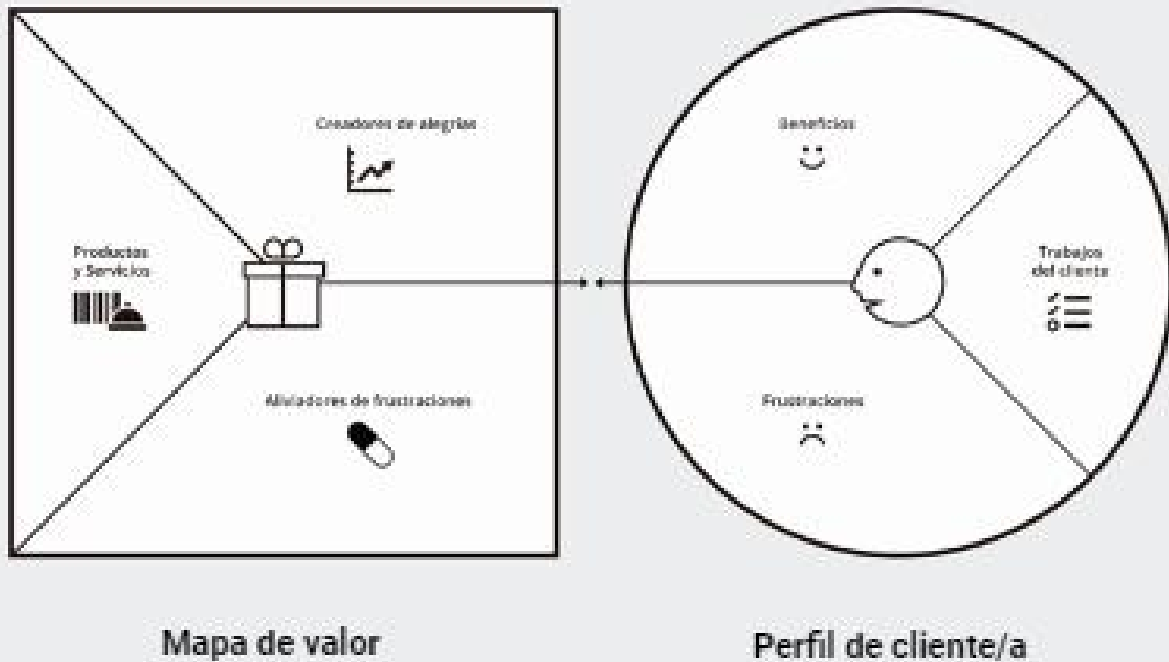
Por ejemplo:

Para las y los estudiantes universitarios/as que tienen poco tiempo libre, la aplicación estudio.io permite acceder a materiales educativos breves que ayudan a aprender diversos temas. A diferencia de otras aplicaciones y de otros materiales disponibles en internet, los materiales de estudio.io están producidos por profesores/as universitarios/as reconocidos/as.

El lienzo de la propuesta de valor

Otro método para acercarnos a escribir la idea destinada a brindarnos una diferenciación con la competencia en el mercado es la utilización del **lienzo de la propuesta de valor**. Se trata de una plantilla dividida en dos partes: el mapa de valor y el perfil de la cliente o el cliente:

La propuesta de valor



Del lado del **perfil de la cliente o el cliente**, vemos tres secciones:

- Las **tareas** que busca realizar o las **necesidades** que busca satisfacer.
- Las **frustraciones**, que son las complicaciones, obstáculos o malestares asociados a las tareas o necesidades.
- Las **alegrías**, que son los beneficios o satisfacciones que obtiene cada usuario luego de realizar la tarea o satisfacer la necesidad. También podemos incluir aquí información demográfica del público usuario, como edad, género y nivel de ingreso.

Del lado del **mapa valor**, vemos tres secciones:

- **Productos o servicios:** es la enumeración o lista de los productos o servicios que ofrecemos a nuestros clientes.
- **Aliviadores de frustraciones:** son los modos en que nuestro producto o servicio contribuye a aliviar las frustraciones que experimenta la persona usuaria.
- **Creadores de alegría o satisfacción:** son los modos en que nuestro producto o servicio contribuye a generar alegrías en el usuario a través de beneficios prácticos, emocionales o sociales.

Para escribir la **propuesta de valor**, debemos tener presente que el mapa de valor concuerde con el perfil del usuario.

Algo más para tener en cuenta sobre el lienzo de la propuesta de valor

- Se trata de una herramienta dinámica, tené presente que durante el proceso de trabajo será necesario actualizar el contenido de tu lienzo, a medida que van surgiendo ajustes.
- Es fundamental la interacción con las personas potenciales usuarias del producto o servicio que ofreceremos en nuestro emprendimiento. En este sentido, entrevistas, encuestas, conversaciones casuales, son maneras de detectar necesidades a satisfacer vinculadas al producto.
- Es importante tener presente que una buena estrategia es ofrecer variaciones en relación a los creadores de satisfacción, atendiendo a un abanico de necesidades.
- Cuando se ha probado el producto y se ha obtenido una validación de su comportamiento de acuerdo a lo esperado, decimos que se ha producido el **encaje del producto al mercado**.

2.2 Pasos para crear el lienzo de la propuesta de valor

Para utilizar el lienzo de valor es importante que nos organicemos y seamos metódicos en la realización del trabajo que implica la generación de una idea emprendedora. Veamos a continuación los pasos a seguir:

Paso 1: Observar

La clave para comprender las necesidades de una clientela es observarla. Es necesario comprender y vivenciar qué quiere resolver la persona, qué la motiva a comprar un nuevo producto o servicio.

Por ejemplo, se puede pensar que al comprar un celular de lujo una persona cubre una necesidad de comunicación. Pero debemos considerar también cómo se siente al usarlo o si se fija en qué dirán los demás, ya que los pensamientos y sentimientos de las personas son muy complejos. Al tratar de ver más allá, podremos establecer mejor la relación entre un nicho de potenciales clientes/as y nuestro modelo de negocio.

También debemos interpretar cuáles son las soluciones o beneficios que al cliente o clienta le gustaría obtener considerando los productos y servicios que utiliza actualmente y cuáles son las **utilidades funcionales, conquistas sociales, emociones positivas y ahorro de costos** que harían cambiar su decisión y volcarse hacia nuestro producto.

Debemos detectar y describir cualquier aspecto que perjudique a los clientes **antes, durante o después de contratar un servicio o adquirir un producto**, incluyendo los riesgos o a posibles malos resultados respecto de sus expectativas de contratación o de compra.

La clave es encontrar un problema que valga la pena resolver, en función de proveer a la persona compradora una solución satisfactoria, que aleje la sensación de frustración y acerque la de alegría ante la posibilidad de utilizar este nuevo producto o servicio.

Paso 2: Diseñar

Consiste en la identificación de las principales características o funcionalidades que el servicio o producto ofrece a los clientes.

Se debe hacer un análisis sobre qué aspectos del producto o servicio ayudan al cliente a satisfacer sus necesidades y deseos o a aliviar alguna frustración (ahorrar dinero, que pague sólo por el uso real, evitar errores, entre varios factores).

Paso 3: Validar

Hipótesis del cliente:

Este aspecto está posicionado del lado derecho del lienzo de proposición de valor, e indica básicamente nuestras ideas sobre aquello que consideramos que el cliente o la clienta necesita **pero que aún no hemos comprobado**.

Hipótesis de valor:

Se trata de aquellos aspectos y funcionalidades del producto o servicio de nuestro emprendimiento que estimamos van a satisfacer necesidades específicas del cliente. Se posicionan del lado izquierdo de lienzo de proposición de valor, y nos indica cómo hemos diseñado el producto o servicio en función de aquello que creemos que necesita el cliente (hipótesis de cliente).

Paso 4: Ajustar

Posteriormente al proceso de validación debemos actualizar y ajustar nuestra proposición de valor. Esto implica que debemos rediseñar la propuesta bajo la luz del aprendizaje que hemos realizado observando a clientes reales y también a partir de todas las hipótesis descartadas y validadas.

Actividad optativa

Te invitamos a realizar tu propia propuesta de valor utilizando el lienzo descargable que provee el módulo.

En síntesis

En este módulo vimos que:

- La propuesta de valor tiene una importancia central porque nos focaliza en satisfacer una necesidad para un tipo de cliente y, al mismo, tiempo, diferenciarnos de la competencia.
- Existen formas de llegar a ella a través de un enunciado o de una herramienta visual como el lienzo de propuesta de valor.

¡Nos vemos en el siguiente módulo!