**5.3 Propuesta de Valor**

**¿Qué es una Propuesta de Valor?**

La **propuesta de valor** es la promesa clara que hace tu producto o servicio a sus usuarios: **qué problema resuelve, qué beneficios aporta y por qué es mejor que las alternativas actuales.**

Para que una propuesta de valor sea efectiva, debe:

* Abordar un problema real del usuario.
* Expresar el beneficio principal de forma directa.
* Diferenciarse de otras soluciones en el mercado.
* Ser fácilmente comunicable.

**Propuesta de Valor de la Plataforma**

**“Centralizamos el cuidado de tu mascota en una sola plataforma digital confiable, accesible y personalizada.”**

**Problemas que resuelve:**

1. **Fragmentación de servicios:**  
   Hoy, los dueños de mascotas deben usar múltiples plataformas, papeles o apps desconectadas para comprar productos, llevar el historial clínico y buscar veterinarios.
2. **Pérdida de información médica:**  
   No existe interoperabilidad entre clínicas veterinarias, lo que genera riesgos en el diagnóstico y tratamiento de las mascotas.
3. **Dificultad para encontrar profesionales certificados:**  
   Las búsquedas en Google o redes sociales no siempre garantizan que el veterinario esté validado.
4. **Falta de control preventivo:**  
   Muchos dueños olvidan vacunas, revisiones o tratamientos por no tener alertas centralizadas.

**Nuestra solución ofrece:**

|  |  |
| --- | --- |
| Funcionalidad Clave | Beneficio para el Usuario |
| Historial clínico digital interoperable | Toda la información médica de la mascota disponible desde cualquier lugar. |
| Agenda de vacunas y citas | Recordatorios automáticos para evitar descuidos y mantener la salud preventiva. |
| Directorio validado de veterinarios | Confianza y rapidez al buscar atención profesional en cualquier ciudad. |
| Tienda en línea integrada | Compra de productos con recomendaciones personalizadas según especie y edad. |
| Alianzas logísticas nacionales (Estafeta, DHL) | Entregas rápidas y seguras en todo México. |
| Integración con PayPal | Seguridad y comodidad en cada pago. |

**Segmentos de clientes que se benefician**

1. **Dueños de mascotas urbanas o jóvenes digitalizados:**  
   Personas que valoran la comodidad, la tecnología y la salud de sus mascotas como parte de su familia.
2. **Veterinarios independientes y clínicas pequeñas:**  
   Profesionales que desean tener visibilidad, ganar nuevos clientes y llevar registros más eficientes.
3. **Proveedores de productos para mascotas:**  
   Negocios que desean vender en una plataforma vertical especializada con clientes fidelizados.

**Diferenciadores competitivos**

|  |  |
| --- | --- |
| Nuestro Proyecto | Competencia Actual |
| Plataforma todo-en-uno (salud, productos, citas) | Soluciones separadas por función (apps aisladas) |
| Veterinarios certificados con validación | Recomendaciones informales y sin garantía |
| Historial clínico digital e interoperable | Archivos en papel o sistemas no compartibles |
| Recomendaciones personalizadas en tienda | Catálogos genéricos sin conexión al historial |
| Alertas médicas y seguimiento de salud | No existen recordatorios ni gestión preventiva |

**Mensaje clave de marca (slogan sugerido)**

**“Tu mascota, siempre cuidada. Todo en un solo lugar.”**  
O  
**“Más salud, más confianza, más comodidad para ti y tu mascota.”**

**Valor para el negocio**

* **Retención y recurrencia:** los usuarios tendrán razones para volver constantemente (recordatorios, compras, citas).
* **Cross-selling:** se genera venta cruzada entre servicios médicos y productos.
* **Confianza y reputación:** veterinarios verificados aumentan la percepción de seguridad.
* **Escalabilidad:** el modelo puede crecer a otros países o regiones fácilmente si se valida en México.