**Ejercicio 1**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| MI PRODUCTO O SERVICIO | Mi producto o servicio es: |  |
| Las características principales son: |  |
| COMPETENCIA | Mi competencia y sus principales productos y/o servicios son: |  |
| Su propuesta de valor es: |  |
| ¿Qué me diferencia de la competencia? | Mi propuesta de valor que me hace diferente de la competencia |  |

**Ejercicio 2**

1. ¿Qué es lo que ofrecemos al mercado?
2. ¿Cuáles son los atributos de nuestra propuesta de valor?
3. ¿Cuál es el conjunto de productos y servicios específicos que ofrecemos a cada segmento de clientes?
4. ¿Cuáles son las necesidades que son satisfechas por cada propuesta de valor?
5. ¿Estamos ofreciendo diferentes niveles de servicio a cada segmento de clientes?
6. ¿Nuestra propuesta de valor está orientada correctamente a satisfacer las necesidades de nuestros clientes?
7. ¿Sabemos cuál es la percepción de nuestros clientes respecto a nuestra propuesta de valor?
8. ¿Existen otras empresas que estén ofreciendo el mismo valor por precios similares o menores?
9. ¿Cuán bien nuestros clientes están siendo servidos por nuestros competidores?
10. ¿Podremos satisfacer las necesidades específicas de los distintos segmentos?
11. ¿Nuestros clientes tienen otras necesidades, las cuales podríamos satisfacer fácilmente con nuestros recursos o a través de aliados?
12. ¿Podríamos complementar nuestra propuesta de valor a través de alianzas?

**FACTORES DE LA PROPUESTA DE VALOR**

Los factores que consideramos en nuestra propuesta de valor son los siguientes:

1. En nuestro mercado el **precio** si es un factor de competencia, debemos ofrecer precios atractivos y competitivos
2. Debemos considerar que ofrecemos un servicio **novedoso** y tomar ventaja de eso, pero con la conciencia de que muchos estudiantes desconocen o minimizan la importancia de capacitarse en la redacción científica.
3. Es importante ser reconocido por la **calidad** de nuestro servicio y que esta sea mayor que la competencia.
4. Debemos destacar la **conveniencia** de tomar nuestros servicios, ya que la inversión permitirá a largo plazo a los clientes ahorrar tiempo y esfuerzo.
5. En nuestro caso la **marca** no da un valor añadido, aunque si es importante se reconozca la imagen de la empresa para diferenciarnos de la competencia.
6. Es importante ofrecer un **desempeño** superior a los de los competidores, este se puede lograr con cursos continuos, precios accesibles, metodologías y programas de enseñanza superiores.
7. Debemos **reducir los riesgos** que toma el cliente al adquirir nuestros servicios ofreciéndole información clara en nuestros portal de enlace, programas, métodos de evaluación y descripción del tipo de certificación.
8. Una ventaja de nuestra propuesta es que los usuarios pueden **reducir costos** en su quehacer científico al volverse más eficientes.
9. El **diseño** es importante, por lo que la imagen de nuestra página debe ser atractiva y la plataforma de enseñanza en línea debe ser profesional.
10. Es muy importante la **Customización**, es decir adaptarnos al perfil, al tiempo, a los recursos de los clientes.