



## Proposición de valor

El producto ya expuesto resuelve una clara necesidad de más información sobre los eventos culturales que van acontecer y que muchas veces, por desconocimiento del mismo no se acude, necesidad que tiene la sociedad causada por la falta de un “calendario” común en el que todas las empresas puedan anotar sus próximos eventos culturales. Un proyecto novedoso que queda patente en los siguientes proposiciones de valor:



La percepción de esta necesidad de la sociedad le ha permitido a nuestra empresa vislumbrar importantes elementos que la añaden valor, el primero de ellos es que ofrecemos un servicio a modo de intermediario entre empresa (ofertante de la información) y cliente (demandante de la información) haciendo posible una comunicación más beneficiosa y fructuosa para ambas partes.



Tras este primer valor de intermediario, deriva el segundo valor, que consiste en la publicidad que obtendrían las empresas que se publicarán en la app, dándose a conocer entre los usuarios que la usan; esta publicidad facilitaría a las empresas un aumento de la competencia, la cual ha contribuido al desarrollo de nuestra sociedad, pues, permitiría a las empresas con menos recursos para publicitarse, ya sea en medios de comunicación (televisión, radio, periódicos, etc) o en carteles publicitarios en

zonas transitadas, poder llegar a un amplio público. Gracias a ello, las PYMES tendrían la posibilidad de llegar a un público mucho más amplio sin la necesidad de invertir ni desembolsar grandes cantidades de capital o permitir a las grandes empresas (nacionales o multinacionales), reducir parte del capital que dedican a publicitar estos eventos culturales.



La tercera proposición de valor constituye la otra cara de la moneda respecto a la segunda proposición, pues si esta beneficiaba a las empresas, la tercera beneficiaría a los consumidores. Estos, obtendrían una información de los eventos culturales que antes de la creación de la app estaría dispersa entre las distintas páginas webs de las empresas. Una información escondida entre los diversos apartados de las webs. Esto tenía dos consecuencias en la actualidad: la primera, es la que el consumidor desiste de buscar los eventos; y la segunda en la que encontraba información en muy pocas empresa por lo que no puede contrastar las actividades de forma eficiente y quizás la que más le interesa pasa desapercibida. Por ello, nuestra app otorga al consumidor la accesibilidad, disponibilidad y facilidad a la información que demandaba ahorrándole el coste del tiempo de búsqueda e incomodidad al permitirle registrar y confirmar su presencia en la actividad en la propia app.

La cuarta proposición de valor es la amplia variedad temática, pues las empresas que se publiciten poniendo sus actividades en la app pueden ser de una gran naturaleza, siempre y cuando sus eventos tengan el fin de mejorar la cultura de quienes acudan; siendo actividades generalmente educativas (política, economía, derecho, física, astronomía, medicina, etc), deportivas (salvamento y socorrismo, entrenadores, arbitraje, etc) pero también de ocio (música, ajedrez, etc). Tanta temática como empresas que quieran publicitarse, a la vez que enseñan a los que acuden aspectos de su ocupación.

La quinta proposición de valor es la interacturación entre empresa - consumidor que permitiría nuestra app, debido a que junto con la amplia oferta de temas de eventos, la localización de este, las empresas facilitarían un contacto para cualquier duda que le pueda surgir al cliente. Así como el usuario podría valorar el servicio, el evento, el trato cordial de la empresa, con el fin de que otros usuarios puedan contrastar las

actividades basándose en la opinión de los usuarios y actuando esto a modo de regulador pues los usuarios premiarían con una valoración positiva, si la actividad ofrecida se corresponde con lo que se desarrolla, mejorando así la imagen de la empresa, o empeorándola si la actividad no se corresponde con lo que se ofrecía. Además, esto permitiría a las empresas mejorar la gestión de calidad, pues según el concepto de calidad total, la empresa tiene que cuidar todos los departamentos de la organización para alcanzar los mejores resultados, y gracias a la capacidad de la app de reflejar las opiniones de los usuarios, las empresas pueden mejorar el área de marketing o comercial. Todo esto basándonos en esta premisa que expuso Bill Gates: *“Tu cliente más insatisfecho es tu mejor fuente de aprendizaje”*.



La sexta proposición de valor es la posibilidad de trato más personal con el cliente, al incluir en la aplicación un filtro en el que localiza en un mapa las actividades de interés al cliente según su temática y proximidad, pudiendo seleccionar esta una búsqueda provincial, comunitaria y nacional.

La séptima proposición de valor es el carácter gratuito de la app, lo cual no impide obtener ingresos ni ofrecer numerosas ventajas ya mencionadas.

La octava proposición de valor radica en que se trata de único, creativo e innovador que responde a un fin social. Además de lo novedoso del servicio y la personalización en la app al poder determinar la zona potencial en la que se muestren las actividades.

Estas son nuestras diferentes propuestas de valor, que hacen de nuestro servicio uno único que nos diferencia de los demás que si pierden como objetivo satisfacer la necesidad de información para la sociedad sobre los eventos culturales pierden el valor pues dejaría de servir al bienestar social. *“Intenta no volverte un hombre de éxito, sino un hombre de valor”*, Albert Einstein.