

PROPUESTA DE VALOR:

Se define como propuesta de valor al conjunto de características y funciones que el servicio o producto ofrecido por la empresa tiene y que lo hacen diferente de su competencia. Tales características pueden ser novedad, prestaciones, personalización, facilitar el trabajo, diseño, marca, estatus, precio, reducción de riesgos, disponibilidad o sencillez de uso.

Tras realizar una encuesta a más de 300 jóvenes de toda España los resultados arrojaron una sentencia clara: Más del 80 % de los jóvenes no cuentan con ninguna fuente fiable de información en cuanto a educación sexual se refiere. La mayoría de jóvenes obtiene la información de su círculo social, redes sociales o internet, siendo la información obtenida poco fiable y, en muchas ocasiones, confusa. Los jóvenes evitan acudir a expertos de forma presencial por la vergüenza o incomodidad que les supone tratar estos temas ya que más del 70% de los adolescentes consideran que la sexualidad sigue siendo un tema tabú, lo que comporta que más de la mitad no trate el tema en casa.

Tan solo el 9 % de los jóvenes considera que las charlas recibidas durante su etapa educativa han sido una buena fuente de información. Los demás argumentan que no se profundiza en relaciones de todo tipo, métodos barrera más novedosos o términos específicos de la materia.

A día de hoy, esa desinformación que reina entre los jóvenes españoles supone que la mayoría no sean capaces de detectar una ETS o desconozcan los métodos anticonceptivos que tienen a su disposición. Ante esta situación de desinformación, y como solución a ésta, se plantea el **PROYECTO ZIEMIA**: una app de educación sexual que pone al alcance de todos y de manera gratuita información sobre sexualidad.

PROYECTO ZIEMIA destaca por su novedad ya que, hasta el momento, no existe ninguna otra app de estas características que ponga al alcance de todos los bolsillos (y sin tarifas *premium*) información fiable y cotejada por expertos. Los usuarios tienen la posibilidad de resolver sus dudas con una fuente fiable y de forma totalmente anónima, poniendo solución a la incomodidad de preguntar a un experto o hablar con sus progenitores en busca de información. Es por ello que ZIEMIA destaca también su facilidad de uso, ya que al recoger todos los conocimientos y cuestiones de este ámbito en una misma app, facilita al usuario la obtención de la información.

Son todas estas características las que consiguen atraer a los usuarios a la plataforma. Una vez la plataforma cuenta con su red de usuarios es donde entran los clientes. Los clientes de PROYECTO ZIEMIA son todas las marcas, relacionadas con el contenido de la app, que quisieran anunciar sus productos y/o servicios en la plataforma. Estas marcas cuentan con la garantía de que los usuarios de ZIEMIA están interesados en el sector de su producto, enfocando así la publicidad de su empresa en un segmento más específico de la población, ofreciendo así la posibilidad de una publicidad más **personalizada**.

En cuanto al precio, PROYECTO ZIEMIA emplea tarifas similares a las de otras empresas que ofertan anunciarse en su muro. El precio a pagar por la empresa se calcula en función de dos variables: el tamaño del anuncio (a mayor tamaño mayor precio) y la cantidad de usuarios que lo miran y/o clickan en él (a mayor difusión mayor precio). El precio estándar del sector se sitúa entre 0.15€ y 2€ por cada click (dependiendo del tamaño del anuncio), al que se le añaden 5€ por cada 1000 visualizaciones del anuncio.

En conclusión, PROYECTO ZIEMIA es un app que destaca por poner al alcance de todos, especialmente los jóvenes, información fiable de forma inmediata sobre sexualidad poniendo fin a la desinformación de los jóvenes en este tema. Ese servicio consigue atraer a los usuarios, y estos a su vez, atraen a las marcas que querrán anunciarse en ZIEMIA para ofrecer sus servicios.