

Proyecto:

Integrantes:

Natalia Echeverry
Esteban Altamiranda
Jerónimo Vanegas
Daniela Moreno
Nicolás Camacho
Luis Gutiérrez

1. ¿POR QUÉ ESTE NEGOCIO / PRODUCTO / SERVICIO

La vida universitaria es una etapa crucial en la que los estudiantes no solo buscan formación académica, sino también crear redes sociales y relaciones significativas que pueden perdurar toda la vida. Sin embargo, muchos estudiantes enfrentan dificultades para conocer gente nueva debido a la timidez, la ansiedad social y la falta de oportunidades para socializar. La creación de una aplicación web que facilite estas conexiones ofrece una solución moderna y efectiva a este problema, proporcionando una plataforma segura y accesible para todos los estudiantes. Nuestra motivación principal es mejorar la experiencia universitaria, promoviendo la inclusión, el bienestar emocional y la creación de comunidades dentro del campus.

2. PROPUESTA DE VALOR

Nuestra aplicación web está diseñada para facilitar las interacciones sociales entre estudiantes universitarios. Incluye funciones como perfiles personalizados, sistema de emparejamiento, eventos y actividades, mensajería privada y chats grupales, recomendaciones de amigos y calendario social.

- ¿Qué no ofreceré?

- No proporcionaremos servicios de tutoría académica.
- No incluiremos funciones de comercio electrónico dentro de la plataforma.
- No ofreceremos servicios de citas románticas explícitas, enfocándonos en conexiones sociales.

- ¿Qué lo hace único?

- **Sistema de Emparejamiento Inteligente:** Algoritmos que emparejan a los estudiantes basándose en intereses y cursos comunes.
- **Interacción Segura:** Herramientas de comunicación seguras y supervisadas para garantizar un entorno de interacción seguro y respetuoso.
- **Calidad y Usabilidad:** Enfoque en una experiencia de usuario intuitiva y fácil de usar.

- Estudio del mercado

Distribución:

Plataforma Online: Accesible a través de dispositivos móviles con conectividad.

Universidades Asociadas: Colaboraciones con universidades para integrar la aplicación y promocionarla entre los estudiantes.

Cobertura:

Inicialmente dirigido a universidades locales, con planes de expansión a nivel regional y nacional.

Aceptación

Estudiantes: Investigación de mercado sugiere una alta demanda de plataformas que faciliten las conexiones sociales entre estudiantes.

Universidades: Instituciones académicas interesadas en promover el bienestar y la inclusión entre sus estudiantes.

Casos de éxito

Meetup y Bumble BFF han demostrado la efectividad de las plataformas de conexión social. Productos de referencia

Productos sustitutos

Meetup, Bumble BFF, Facebook Groups (para intereses específicos y eventos sociales).

Productos complementarios

Aplicaciones de mensajería y calendarios universitarios

Estrategia de Precios

Se opta por un modelo freemium, donde las funciones básicas de la app son gratuitas y se cobran por características premium y personalizadas.

Publicidad

- **Redes Sociales:** Campañas en plataformas populares entre los estudiantes universitarios.
- **Colaboraciones con Universidades:** Promoción directa a través de boletines y eventos universitarios.

- **Publicidad en Campus:** Carteles, folletos y eventos de lanzamiento en los campus universitarios.

- El usuario / consumidor

Motivaciones de consumo

Mejorar la experiencia universitaria: Buscar una experiencia más rica y completa durante su tiempo en la universidad.

Conectar con otros estudiantes: Deseo de establecer nuevas amistades y redes de apoyo.

Hábitos de compra

Preferencia por soluciones tecnológicas: Tendencia a utilizar aplicaciones móviles y plataformas online para la interacción social.

Valoración de la usabilidad: Preferencia por aplicaciones intuitivas y fáciles de usar.

Sensibilidad al precio: Interés en opciones de bajo costo o gratuitas con valor añadido significativo.

Preferencias y aceptación

Se apunta a que la app sea una solución accesible, con una interfaz fácil de usar y enfocada en la calidad. Será diseñada para cumplir con las expectativas de los estudiantes en cuanto a precio, calidad y facilidad de uso.

Problema	Solución	Propuesta de Valor	Ventaja especial	Segmentos de clientes
Problema o necesidad del cliente / grupo objetivo En el entorno universitario, conocer gente nueva puede ser un desafío significativo para	Características tangibles del producto / servicio Es una aplicación web diseñada específicamente para facilitar las interacciones	Resolveremos la necesidad de ampliar las conexiones que un estudiante universitario pueda llegar a encontrar en un ambiente estudiantil.	¿Qué lo hace diferente al resto de competidores / mercado? La mayoría de las aplicaciones para conocer personas tienen un enfoque	Perfil de usuarios: Estudiantes universitarios de Bogotá ¿Para quién creamos valor?

<p>muchos estudiantes.</p> <p>A pesar de estar rodeados de miles de compañeros, establecer nuevas conexiones puede resultar difícil debido a varias razones:</p> <ul style="list-style-type: none">1. Timidez y Ansiedad Social2. Grupos Cerrados3. Falta de Oportunidades4. Diversidad y Diferencias Culturales5. Dependencia de la Tecnología	<p>sociales entre estudiantes universitarios. Esta aplicación incluye varias funciones clave para ayudar a los estudiantes a conocer gente nueva y formar relaciones significativas en el campus.</p>	<p>¿Qué valor ofrecemos con el producto / servicio?</p> <p>Con este servicio, se podría brindar a los estudiantes un lugar donde puedan conectar con personas de manera segura, significativa y personalizada, adaptándose a las diversas necesidades sociales de sus usuarios, ya sea para amistad, citas, networking profesional o intereses comunes.</p> <p>Un lugar donde interactuar con diferentes estudiantes se pueda volver algo divertido, hablando de temas en común, gustos, planes a futuro, etc.</p>	<p>global, en las cuales solo se muestra la edad, el nombre y algunos otros atributos, lo que genera nuestra solución es una aplicación donde el usuario está seguro de que en esta solo pueden estrar estudiantes universitarios, de esta manera se disminuye el rango de edades y se entiende que al ser estudiantes varios están pasando por los mismos problemas o pensamientos o situaciones.</p> <p>Nuestra app no busca unir a personas de toda la ciudad, solo a universitarios que están en búsqueda de amistades, conversaciones, relaciones, etc.</p> <hr/> <p>Canales</p>	<p>Para todos los estudiantes universitarios de la ciudad, para que tengan un lugar seguro donde interactuar con varios compañeros de diversas instituciones educativas de forma fácil, dinámica, diferente y única.</p>
---	---	---	--	--

			<p>¿A través de qué canales se llega al grupo objetivo / clientes / usuarios?</p> <ul style="list-style-type: none">● Redes sociales● Publicidades● Grupos culturales de las diferentes universidades● Estudiantes promotores <p>¿A través de qué herramientas se establecen relaciones con el grupo objetivo / clientes / usuarios?</p> <ul style="list-style-type: none">● El medio de alcance hacia los usuarios va a ser principalmente una red social donde se les informe acerca de la aplicación y sus beneficios.	
--	--	--	--	--

			<ul style="list-style-type: none"> ● Posteriormente se generaron publicidades para dar a conocer a un mayor alcance la aplicación y su utilidad. ● Por último se tendrá estudiantes promotores en cada universidad, los cuales se encargaran de difundir información acerca de la aplicación a los estudiantes de su respectiva institución. 	
--	--	--	--	--

Estructura de costos <ul style="list-style-type: none"> ● Desarrollo y mantenimiento de la plataforma. ● Marketing y publicidad. ● Costos de infraestructura tecnológica. ● Salarios del equipo (nómina). 	Fuentes de Ingreso <ul style="list-style-type: none"> ● Comisión por publicidades
--	---