



Powered by  **Santander**

## PLAN DE NEGOCIO

### UNIZOOM

Giorgio Scaramuzzi Silvestre

Explorer Space, Universidad de Alicante.

## 1. PRESENTACIÓN Y ANTECEDENTES: NUESTRA HISTORIA

Unizoom nace de las inquietudes por tener un mundo mejor y más eficiente de su fundador Giorgio, yo.

Al trabajar en una pequeña pizzeria italiana ,Depizzeo, en San Vicente del Raspeig (Alicante), pueblo donde se encuentra la universidad, me di cuenta que había muchas pequeñas y medianas empresas que ofrecían un producto o servicio de calidad pero no conseguían llegar a un público universitario. En este caso este público forma parte de la mitad de la población local.

Al mismo tiempo, siendo un estudiante universitario y relacionándome con otros estudiantes me di cuenta que no disponíamos de una información de calidad y fiable de lo que nos rodeaba, además por característica común, el estudiante no quiere arriesgarse a probar algo nuevo, especialmente por desconocimiento y limitada capacidad económica.

Mi primer intento fue realizar, con la pizzeria Depizzeo, una oferta especial para estudiantes. Realicé un flyer y empecé a repartirlo a mano. La respuesta fue menor de la que esperaba y el costo humano y en papel era alto. Además los estudiantes desconocían el lugar y el flyer no daba una imagen clara, desconocimiento.....Pero, tenía que haber otro camino, más ecológico, económico y efectivo!

## 1. PRESENTACIÓN Y ANTECEDENTES: CUENTA TU HISTORIA

Entonces nace la idea de una aplicación, que crease una conexión innovadora entre actividades comerciales y estudiantes universitarios.

A día de hoy Unizoom tiene un equipo de jóvenes universitarios con diferentes perfiles, marketing, programación, fotografía, diseño gráfico.

Además cuenta con cuatro colaboraciones oficiales con actividades locales y una buena respuesta de parte de nuestra comunidad de ya casi 1500 estudiantes en Instagram, nuestra plataforma piloto.

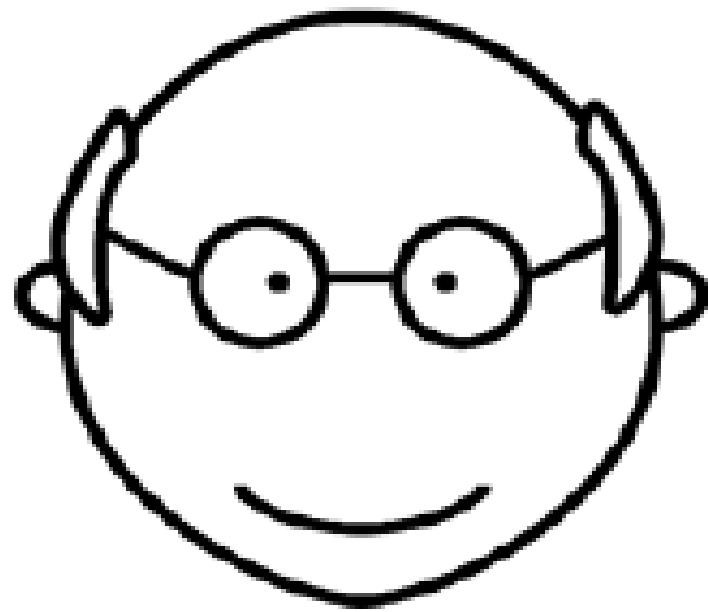
Y este es sólo el comienzo de la historia zoomer...

## LEAN BUSINESS PLAN

### 2. EL PROBLEMA QUE RESUELVES

[Projects](#) - [Unizoom](#) - Antonio Sanz

Antonio Sanz - Autónomo



#### Behaviours

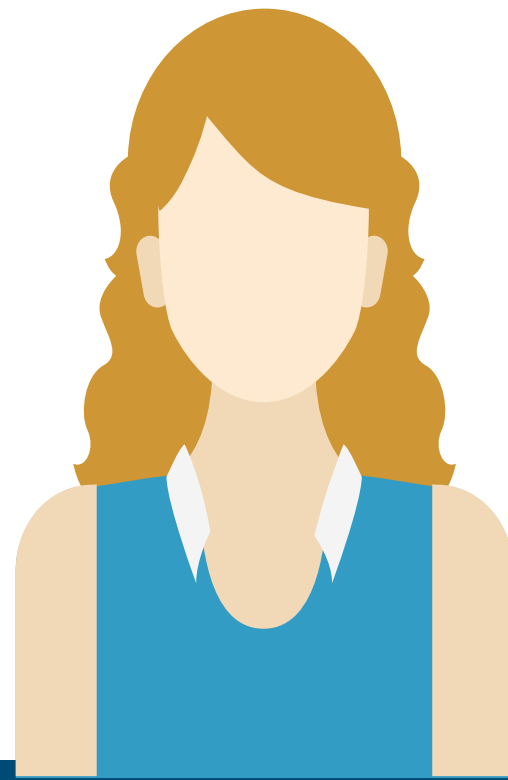
- Suele trabajar a jornada completa en su actividad.
- Realiza flyer para hacer publicidad a su negocio.
- Dedicar 4 horas a la semana a repartirlos

#### Facts & Demographics

- Tiene un restaurante vegetariano en Alicante
- No conoce el potencial de la publicidad digital.
- Su local se encuentra en una esquina poco vistosa, aunque cerca del centro, en la zona universitaria.
- No consigue llegar a este público ya que no suelen perder tiempo para descubrir nuevos comercios.

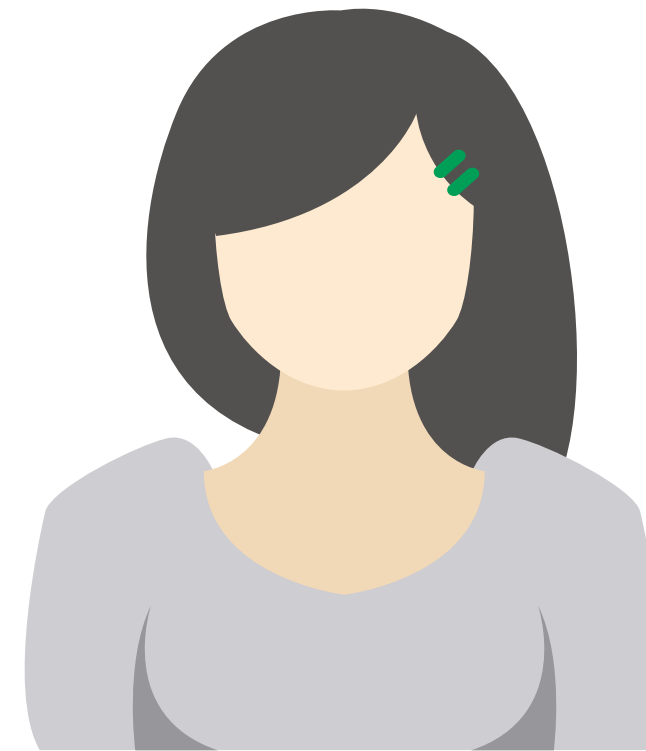
#### Needs & Goals

- Necesita aumentar su público universitario
- Quiere por tanto aumentar sus ventas
- No puede dedicar tiempo a preparar la publicidad digital.
- Necesita fotos de calidad para no perder valor en la publicidad, sino aumentarlo.



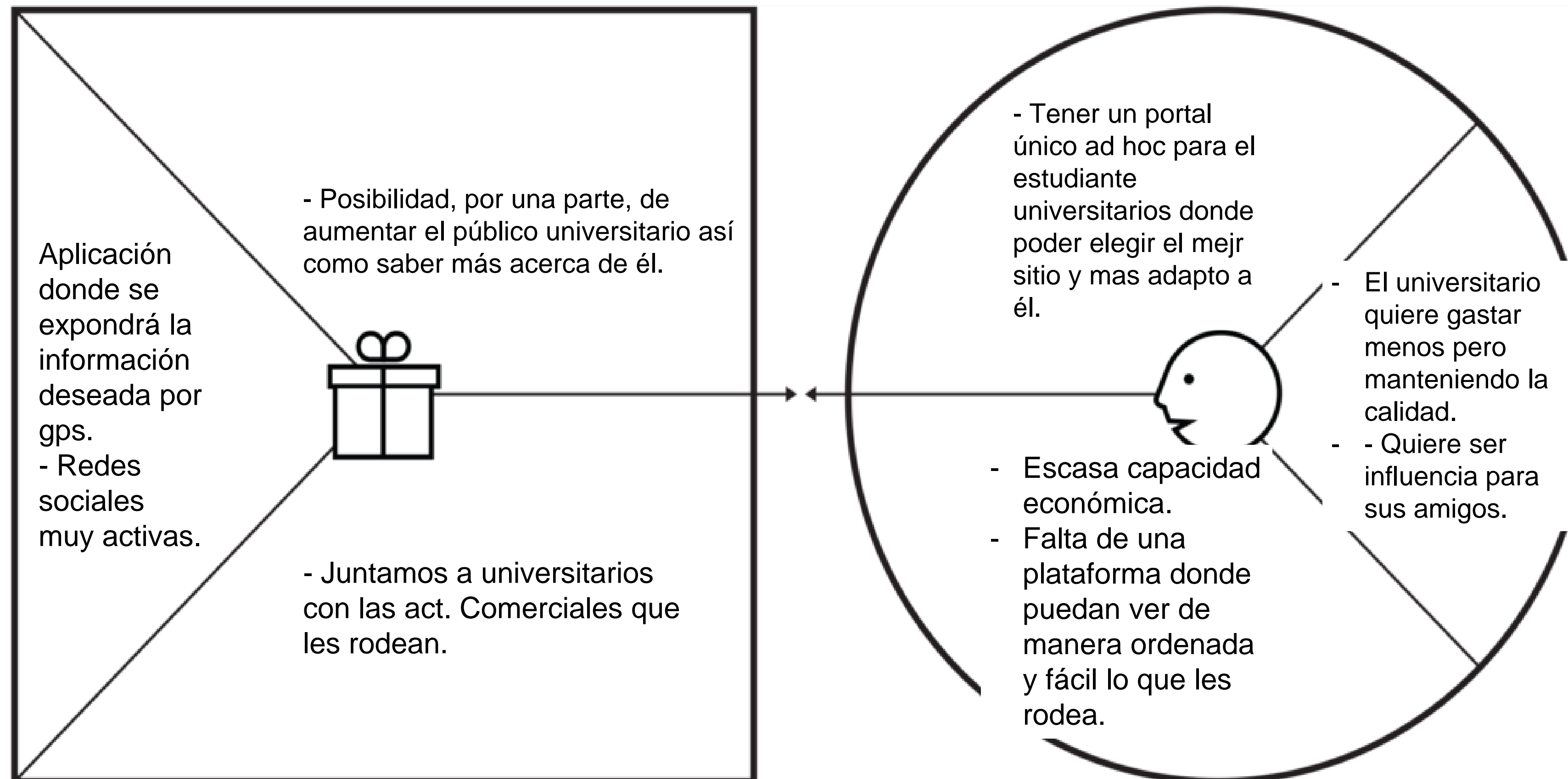
María. Es una joven emprendedora que ha abierto un pequeño local donde vende helados artesanos, cerca de la universidad.

Ella misma gestiona las redes sociales pero le gustaría atraer más público universitario ya que es su público objetivo.



Elisa. Es una joven de 18 años nativa de Villena pero que se ha trasladado a Alicante para estudiar en su universidad.

### 3. TU SOLUCIÓN : TU PROPUESTA DE VALOR



# Business Model Canvas

Diseñado por:  
Giorgio Scaramuzzi S.

Diseñado para:  
**UNIZOOM**

En: dd/mm/aaaa

Iteración #

## Asociados Clave

- Actividades comerciales
- Universidad
- Financiadores

- Influencer estudiantes universitarios

## Actividades Clave

- Desarrollo del diseño
- Contactos con el cliente?
- marketing digital

## Recursos Clave

- Marca registrada
- Capital humano
- Financiación
- Programador comerciales

## Propuesta de Valor

Canal de publicidad micro-segmentada a un público universitario. Aumentamos la visibilidad.

Aumentamos el valor añadido de estas empresas ofreciéndoles una imagen fiel y de calidad. De esta manera aumentan las ventas.

- Crear un "escaparate digital" con los mejores sitios(calidad-precio) a donde puede ir a tomar algo, o a comprar algo para la casa, o para la universidad.
- Ofertas/descuentos fijos y temporales

## Relaciones con los Clientes

Trato personalizado. Aumentar su valor de imagen al estar representadas junto a otras act.com. seleccionadas y de buena calidad, para fidelizar al usuario.

Fidelizamos a los usuarios principales (universitarios) con ofertas interactivas temporales y con la posibilidad de compartir contenido respecto a la act.com.

## Canales

Gran uso de las redes sociales, especialmente Instagram.

Web/app de referencia

## Segmento de Clientes

Pequeñas y medianas actividades comerciales

- Estudiantes universitarios de la zona de Alicante. (18-26 años)
- otros estudiantes.

## Estructura de Costos

- Promoción redes sociales.
- Costes humanos.
- Mantenimiento Web/App.

## Vías de Ingreso

Ingresos por las empresas que están publicitadas. Mensuales y de comisión.

**5. DAFO**

<b>DEBILIDADES</b>		<b>FORTALEZAS</b>	
Falta de financiación. No somos una empresa consolidada.		Equipo heterogeneo. Formamos parte del usuario objetivo, por lo tanto lo conocemos bien.	
<b>AMENAZAS</b>		<b>OPORTUNIDADES</b>	
Competencia con mayor capacidad económica podría entrar en el mercado.		Estamos en el momento oportuno para revolucionar la publicidad online.	



## 6. EL TAMAÑO DE LA OPORTUNIDAD

La población universitaria en la provincia de Alicante es de unos 50.000 estudiantes. A nivel nacional hablamos de más de 1.300.000 estudiantes universitarios sin incluir los estudiantes de master y doctorado. A nivel mundial llegamos a la escalofriante cifra de 151 millones.

## LEAN BUSINESS PLAN

### 6. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA: VENTAJA COMPETITIVA

Empresa	Nosotros sí podemos hacer , ellos no pueden hacer	Nosotros no podemos hacer, ellos sí pueden hacer.
Nosotros	Nos centramos en un usuario objetivo muy concreto.	Tener una rápida expansión y por lo tanto impacto, de momento.
Freboo	Crear una comunidad fiel. Aumentar considerablemente el valor añadido de la empresa gracias a las imágenes.	Tener en su poder una App.

Hay otras empresas que tienen como público objetivo a los estudiantes universitarios que se pueden considerar competencia nuestra aunque no se centren en lo mismo actualmente. Como WALLFER y UNIVERSILAND.

## LEAN BUSINESS PLAN

### 7.-EL ESTADO ACTUAL Y EL PLAN HASTA HOY: MILESTONES AND METRICS

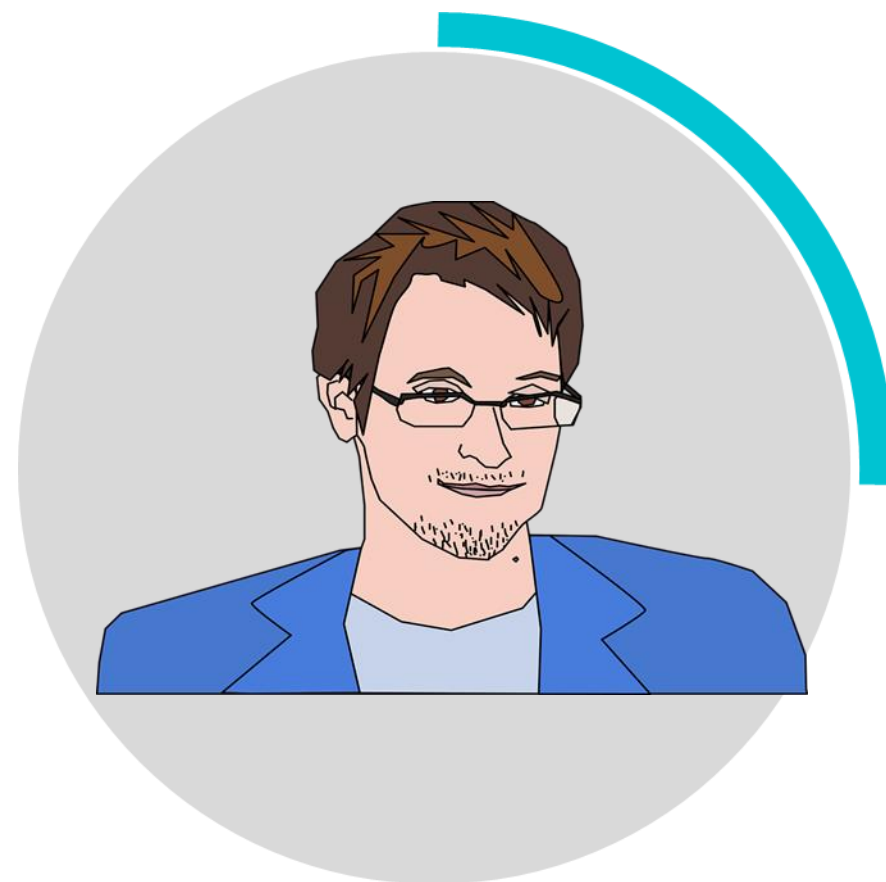
- Hipótesis: Descubrimos que nuestros clientes tenían una necesidad y a lo largo de este trayecto la hemos confirmado.
- Experimentos: Hemos realizado numerosas entrevistas así como pruebas en redes sociales.
- Resultados: De momento los resultados son positivos, las empresas han realizado ventas gracias a nosotros.
- Pivotar/Iterar: No hemos pivotado pero si que estamos adaptando nuestra oferta y nuestro contenido dependiendo de la respuesta del mercado.
- Próximos pasos. Tendremos que validar el tamaño de valor que podría aportar nuestra App.

Nuestro mínimo producto viable es una página de Instagram donde testamos nuestras hipótesis:

[https://www.instagram.com/unizoom\\_/?hl=es](https://www.instagram.com/unizoom_/?hl=es)

## 9. LAS FORTALEZAS DE TU EQUIPO.

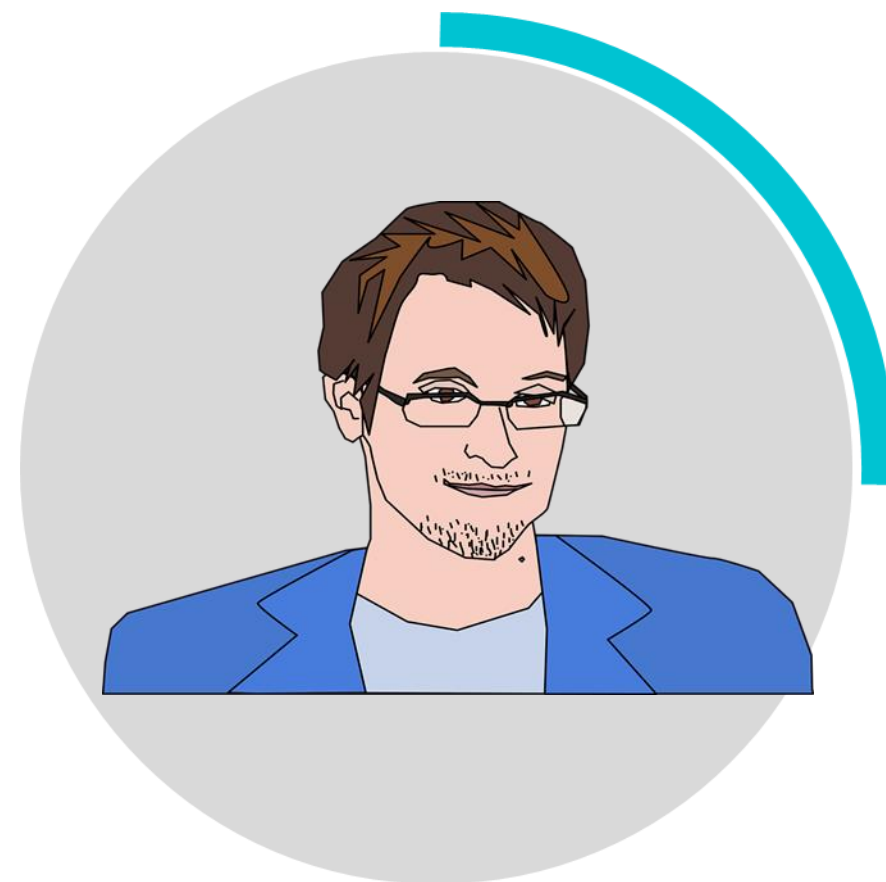
El equipo de Unizoom está formado por estudiantes universitarios con perfiles muy heterogéneo. Se han creado sinergias para dividir tareas y aprovechar al máximo el talento de cada uno.



**Pablo Elices**

*Diseñador gráfico*

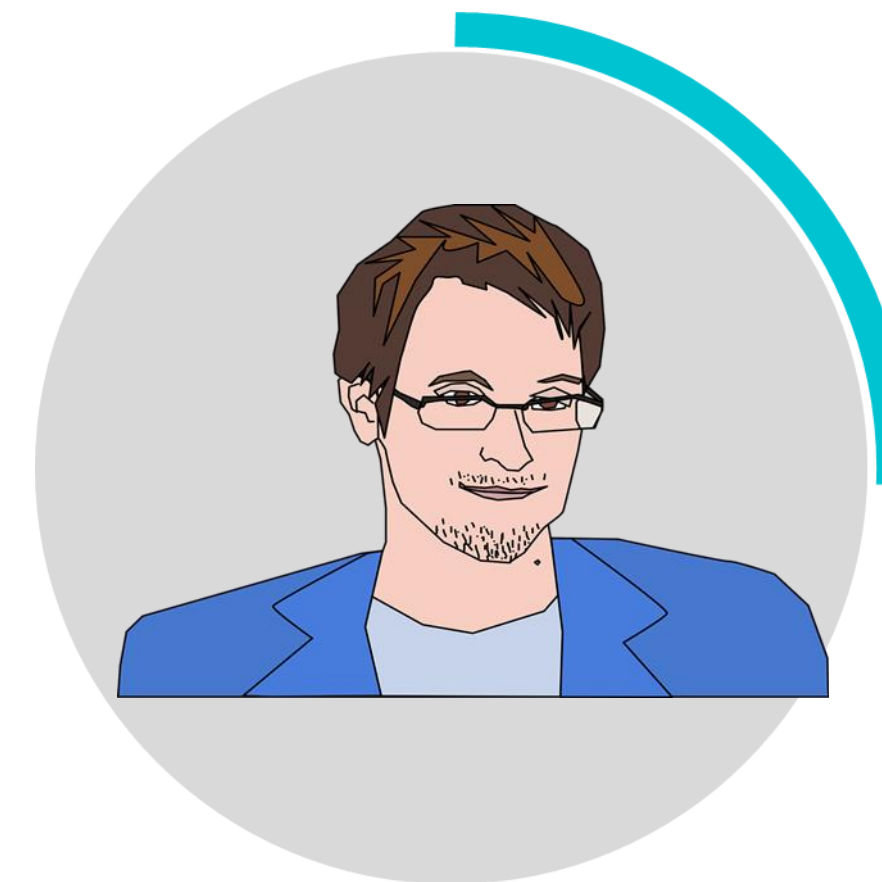
Graduado en Publicidad y relaciones públicas por la UA se ha especializado en el diseño gráfico trabajando y realizando prácticas también en el extranjero.



**David Hu**

*Leader proyecto programación.*

Ha estudiado el ciclo superior en Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma y actualmente está cursando el grado en Ing. Multimedia. Múltiple experiencia en desarrollo de proyectos.



**Marvin Hirner.**

*Diseñador gráfico.*

Artista autodidacta con más de 5 años de experiencia en diferentes ámbitos audiovisuales como el diseño gráfico, montajes, animación 3D y efectos especiales.



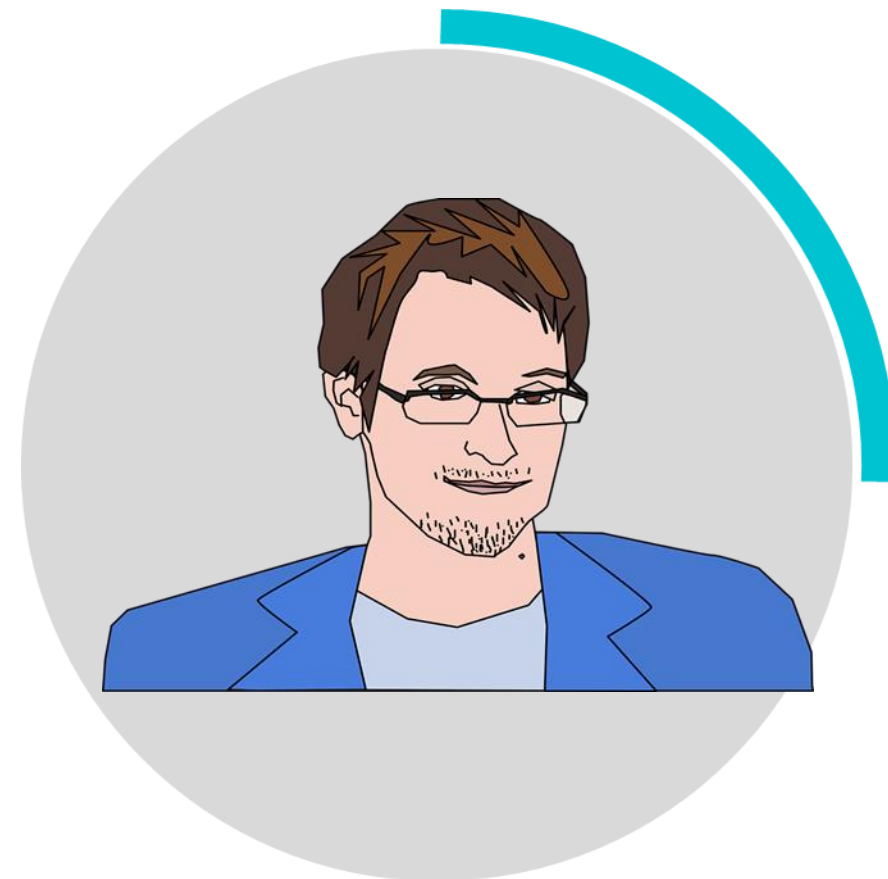
**Nadia Sabán**

*Fotógrafa.*

Fotógrafa amateur y amante del arte en general. Espíritu positivista, alma alegre del equipo.

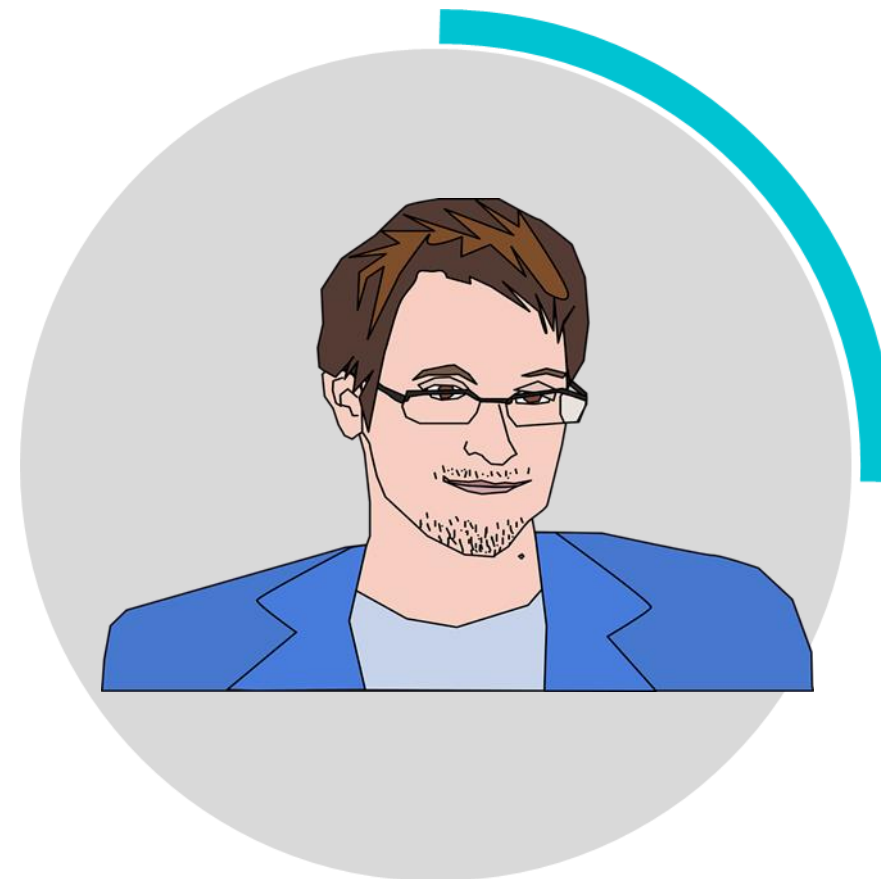


## 9. LAS FORTALEZAS DE TU EQUIPO.



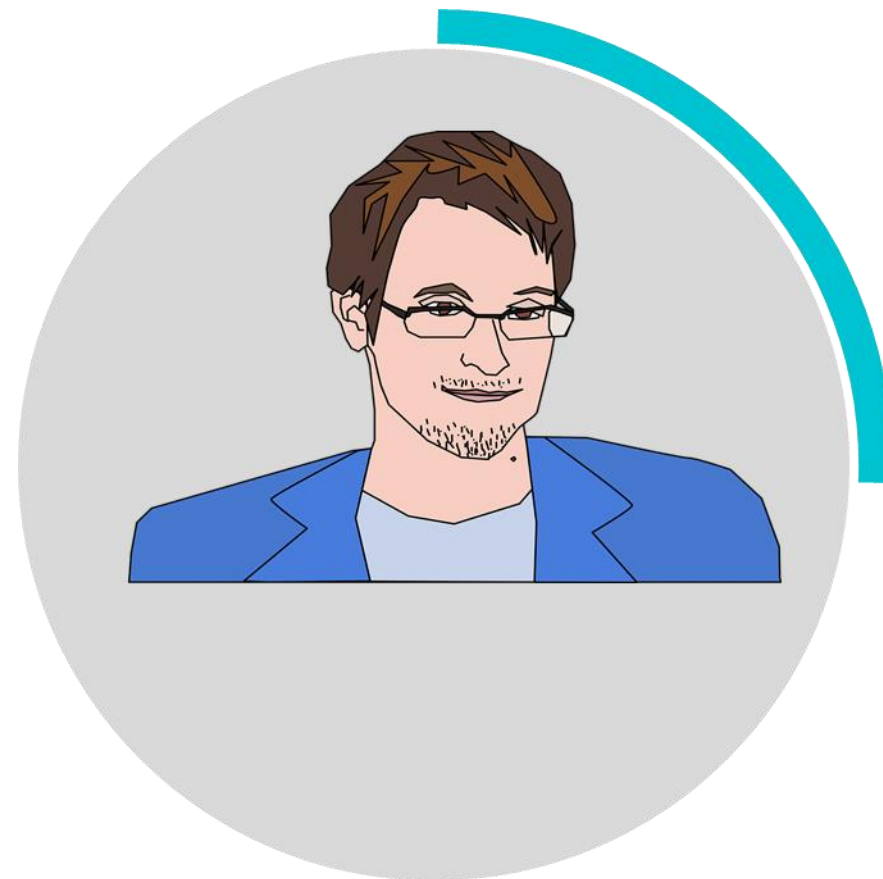
***Sergio Roca Bernabeu***  
*Diseñador gráfico.*

Graduado en diseño de producto y gráfico por la EASDAIcoi, con experiencia en diferentes sectores del diseño industrial, gráfico y publicidad.



***Andrés Felipe***  
*Nutricionista.*

Cursando el último curso de Nutrición y Dietética es un gran apasionado del deporte y posee espíritu emprendedor. Se ocupa de una sección dedicada a la alimentación para los estudiantes.



**Giorgio Scaramuzzi**  
*Fundador y CEO*

Giorgio nació en Roma y ahí creció hasta los 17 años cuando decidió venir a España para cursar el último curso de bachillerato. Pasado un año decide quedarse en España para empezar el grado universitario de ADE, que está cursando actualmente.

Giorgio, ha adquirido una gran capacidad de adaptación al desarrollarse personalmente en lugares diferentes.

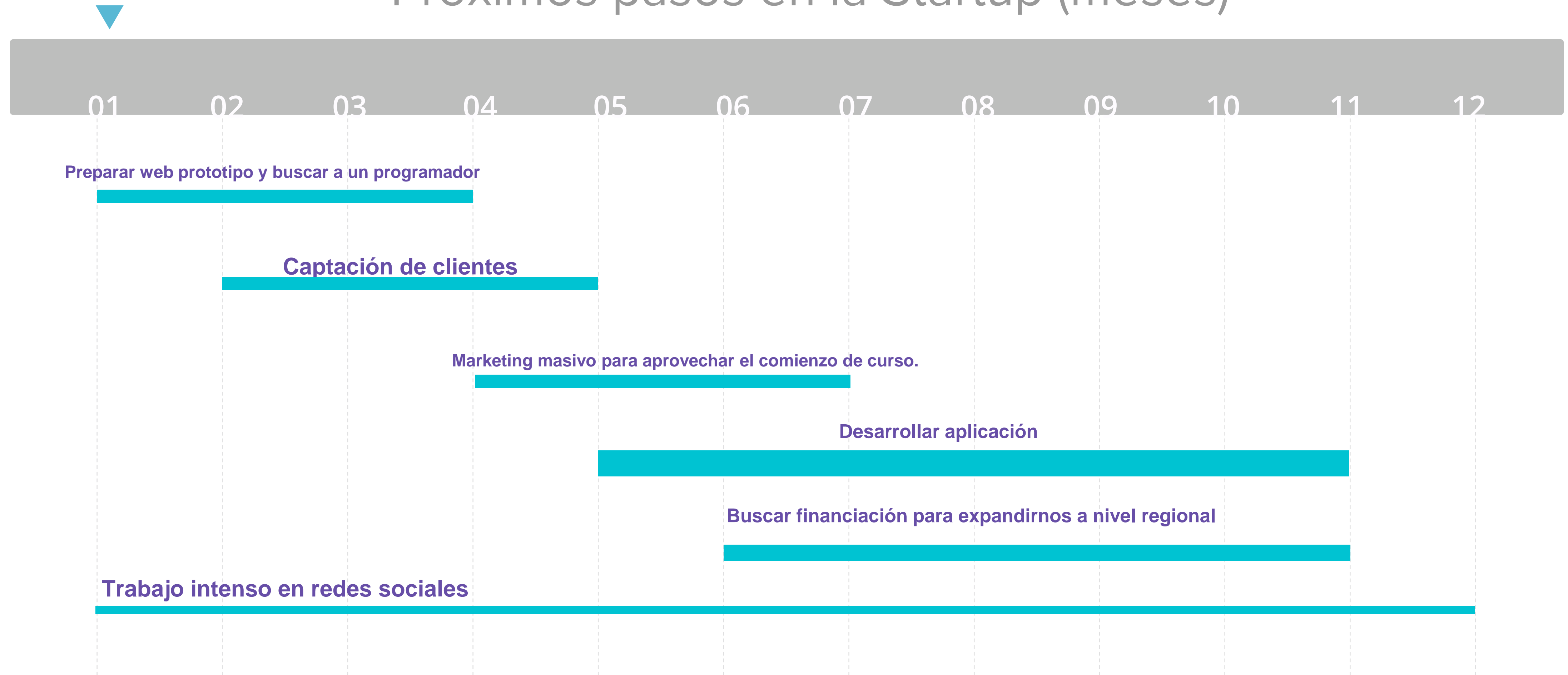
Inconformista por naturaleza y con la pasión del emprendimiento empezó a descubrir el potencial de las redes sociales cuando un día decidió ayudar a su hermano con un perfil de Instagram. La página aumentó más de 30.000 seguidores en 7 meses y empezó a monetizarla. Sigue creciendo...

También trabajó para una empresa de restauración donde gestionaba las redes sociales y creó una promoción exclusiva para el público universitario.

De estas y otras aventuras nace Unizoom, la plataforma que cambiará la manera de hacer publicidad en las pequeñas y medianas empresas dirigida a los jóvenes, en este caso estudiantes universitarios.

## LEAN BUSINESS PLAN

## Próximos pasos en la Startup (meses)







## Acciones de Marketing online



Páginas webs



Redes Sociales



Email Marketing

### ✓ Acciones a realizar:

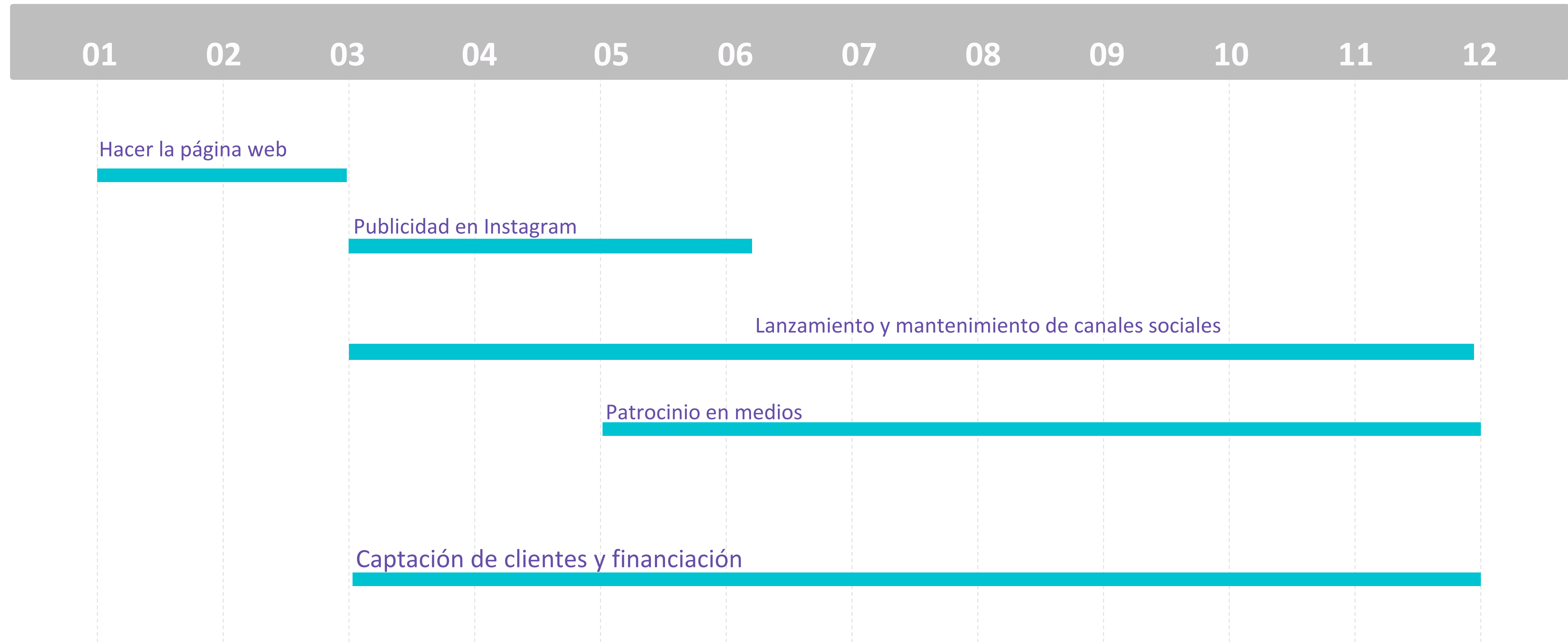
- ✓ Diseño y optimización de Web
- ✓ Redes Sociales (especialmente Instagram y Youtube)
- ✓ Generación de contenido digital
- ✓ Posicionamiento en Buscadores.

## Acciones de Marketing Off line

### Acciones a realizar

- ✓ **Acciones a realizar:**
- ✓ Detalles post compra para el usuario
- ✓ Eventos
- ✓ Relaciones con medios.

## Calendario de acciones de marketing



## Presupuesto

- Diseño App.....15000 euros (si se externaliza)
- Diseño e impresión de material de publicidad.....500 euros(primeros 5 meses)
- Campaña de promoción en internet.....200 euros(primeros 5 meses)

## Indicadores

- Número de empresas colaboradoras: 5 empresas
- Número seguidores de Instagram: +1450
- Número de visualizaciones semanales al perfil: +/- 700
- Número de visualizaciones a los Stories: +/- 600
- Número de visualizaciones a las fotos: +/- 1000
- Número de contactos: +100