

Future Focus



Laura García Díez
Elsa Sánchez Serrador
Santiago Manzano Cases

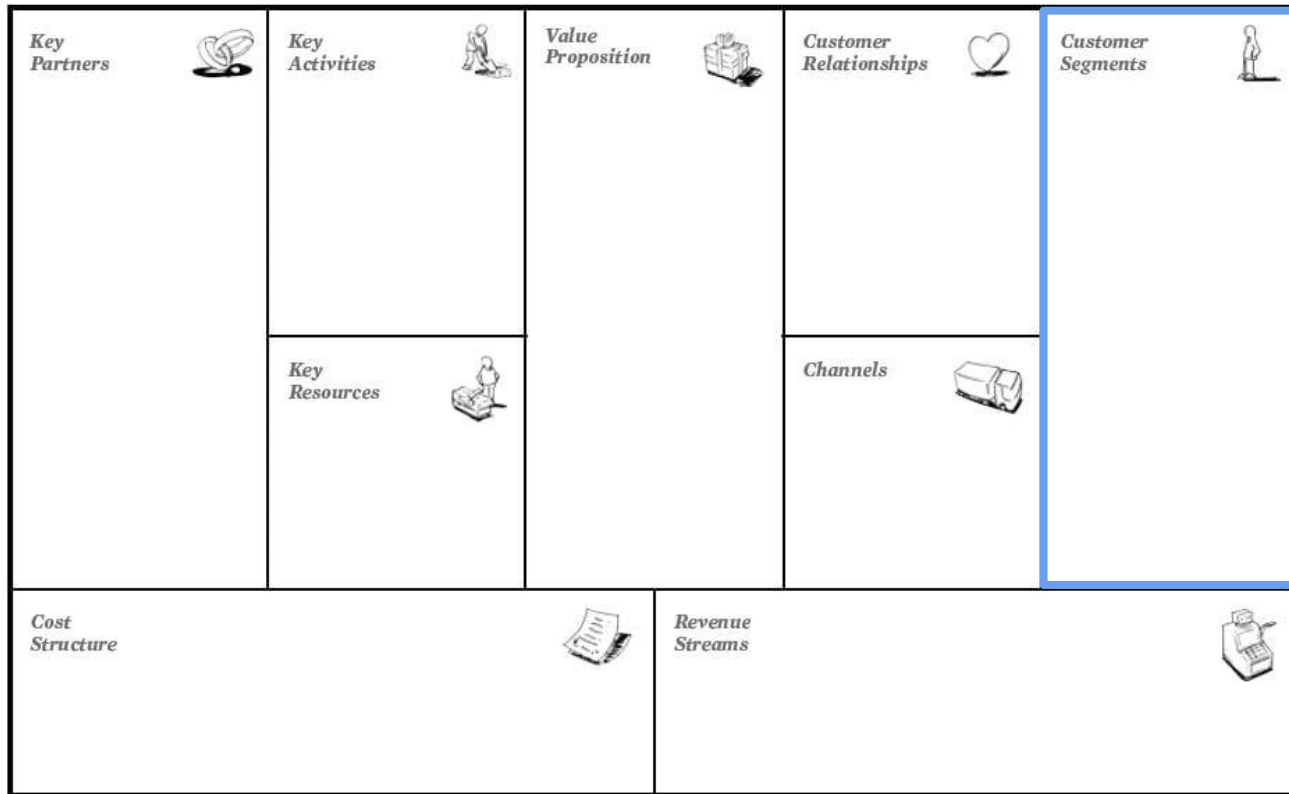
start
INNOVA



02

Segmentación de mercado

Laura García Díez
Elsa Sánchez Serrador
Santiago Manzano Cases





¿Quiénes somos?



Somos una **plataforma destinada a la organización y orientación académica**. No obstante, también ofrecemos una amplia gama de servicios (como ampliar el acceso a información relacionada con los estudios, servicios de chat para ampliar la comunicación entre estudiantes, servicio de búsqueda de prácticas y oportunidades en el extranjero...) con el fin de hacer la vida del estudiante universitario mucho más cómoda y eficiente.



¿Te sientes perdido en el ámbito académico? ¿Te gustaría tener un mejor acceso a información sobre tu grado mientras que conoces gente y conseguir tu éxito académico? En **Future Focus** te **garantizamos una experiencia personalizada** en la cual podrás acceder a todos estos servicios entre mucho otros.
¿Te unes a la experiencia Future Focus?



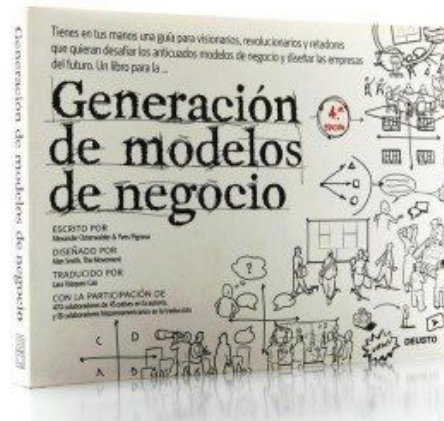


¿Cómo vamos a realizar nuestro plan de empresa?

Para realizar nuestra empresa utilizaremos la metodología canvas.

Este modelo es introducido en el libro *Generación de modelos de negocio*, redactado por Alexander Osterwalder en 2004.

El **modelo Canvas** es una herramienta de gestión estratégica que permite analizar y crear planes de negocio de forma dinámica y visual. Gracias a su formato de lienzo, dividido en 9 bloques, ofrece un panorama global y simplificado de la empresa.





Nuestra web: <https://futurefocus.wixsite.com/future-focus>

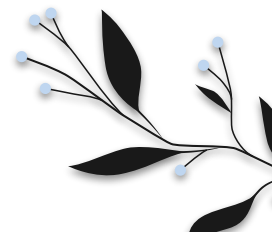
Instagram @futurefocuso

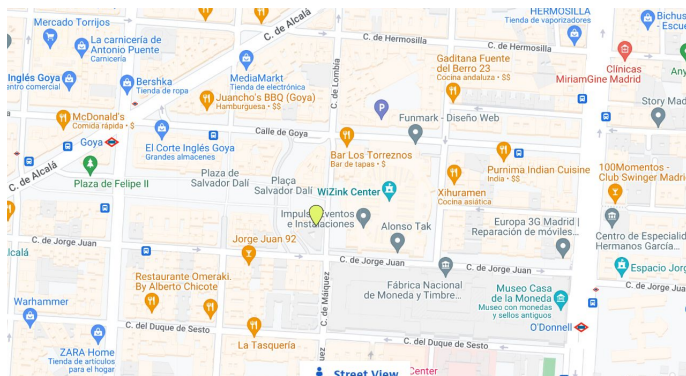


X: @Futurefocuso



Gmail: futurefocus.o@gmail.com





Nos encontramos en una de las zonas más céntricas de Madrid.



Calle Antonia Mercé, 2
Barrio Goya
Distrito Barrio de Salamanca
Madrid



FUTURE FOCUS
NAVEGANDO JUNTOS HACIA EL
ÉXITO UNIVERSITARIO

Nuestro equipo



Nuestro equipo está compuesto por:

Elsa Sanchez Serador
Laura García Díez
Santiago Manzano Cases

Razon Financiera

Somos una **sociedad de responsabilidad limitada**, la cual responde a las siguientes características:

El número de socios necesarios es de *uno o más*.

La responsabilidad de los socios está **limitada al capital que aportan**.

Los impuestos que debe pagar son **IVA e IS**.

El capital está **dividido en partes iguales denominadas participaciones**, las cuales se caracterizan por no poder ser transferidas libremente.

El capital mínimo necesario para poner en marcha esta sociedad es de **1 euro**, que debe estar completamente suscrito y desembolsado en el momento de la constitución.

Para la transmisión de las participaciones a terceras personas se requiere el **consenso del resto de los socios**.

La razón social de este tipo de empresa es el nombre que libremente quiera elegir seguido de «sociedad limitada» o «sociedad de responsabilidad limitada», o las siglas «SL» o «SRL».



Responsabilidad social corporativa

MEDIO AMBIENTE:

Nuestra empresa se preocupa por adoptar una **actitud positiva** en lo que se refiere a la **responsabilidad medioambiental**, para progresar hacia un futuro más sostenible y ecológico.

Para llevar a cabo este objetivo, consumimos con responsabilidad y evitamos la compra por productos que no necesitamos. También, en Future Focus, estamos comprometidos con el reciclaje y apoyamos a campañas de concienciación.



Responsabilidad social corporativa

CLIENTES:

En Future Focus valoramos a nuestros clientes.

En Future Focus somos conscientes de los derechos de nuestros clientes.

Por esa razón **priorizamos la atención al cliente**, asegurando **precios razonables**, y una **tarifa gratis** para acceder a alguno de los servicios que ofrecemos, pero en caso de no estar satisfecho garantizamos un **servicio de reclamaciones y respeto**.



Responsabilidad social corporativa

SOCIEDAD:

Future Focus se compromete con el desarrollo social y económico de España.

En Future Focus nos preocupamos por crear empleo y generar riqueza. Todo ello bajo el respeto de los derechos humanos, con el fin de mejorar las condiciones de los trabajadores, y en consecuencia, mejorar la calidad de vida en España. También invertimos una parte de los beneficios en donaciones para la mejora de sanidad, infraestructuras, medio ambiente, ...

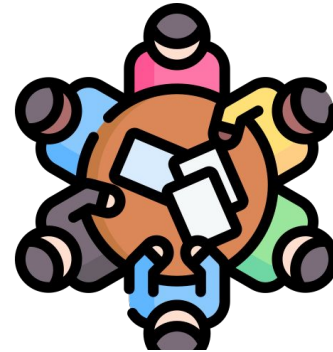


Responsabilidad social corporativa

TRABAJADORES:

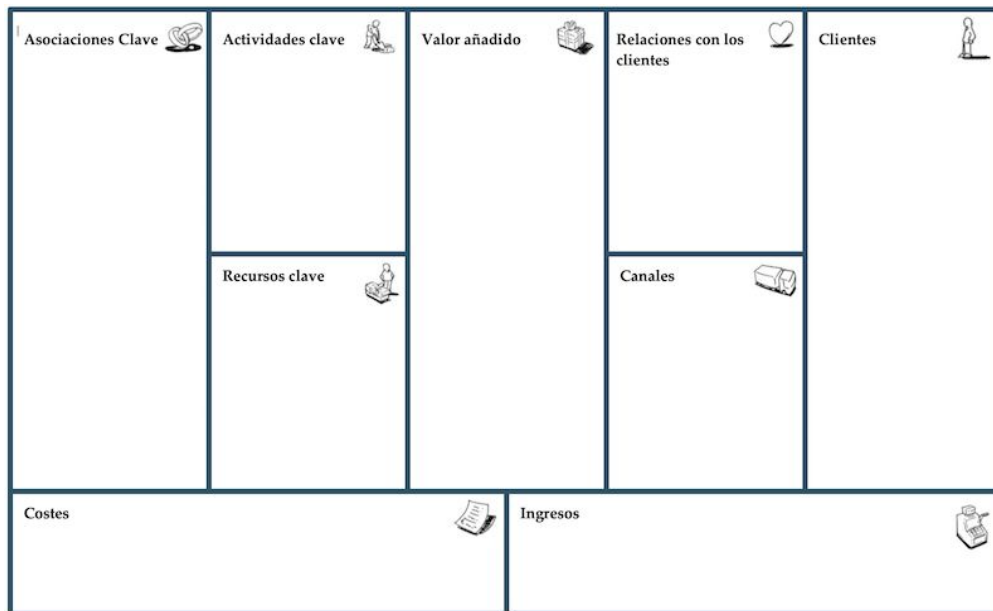
Future Focus se compromete con unas condiciones laborales óptimas.

En Future Focus valoramos a nuestros trabajadores. Creamos un ambiente laboral favorable, recompensamos a nuestros trabajadores con salarios de acorde a su rendimiento en la empresa, para favorecer su confianza, lo que repercute positivamente a la empresa.





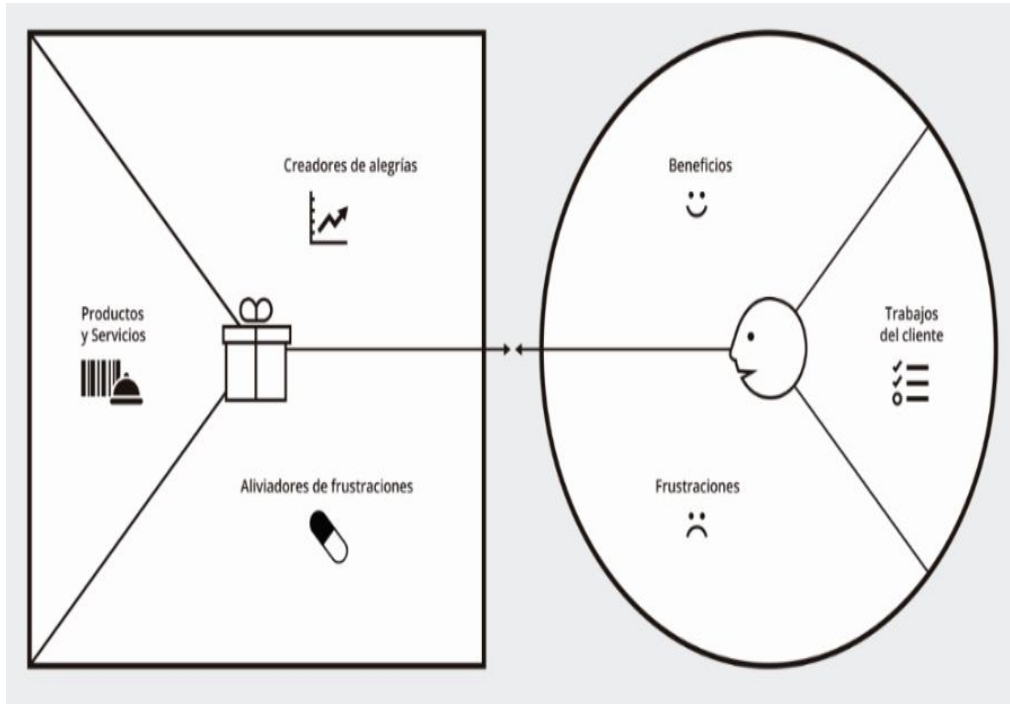
Modelo canvas



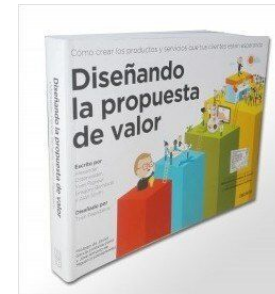
A continuación, en base al modelo canvas, explicaremos cada una de las partes de nuestro negocio.



Encaje Perfil de Cliente - Mapa de Valor



A continuación realizaremos la segmentación del cliente y la propuesta de valor en base a la propuesta del libro ***“Diseñando la propuesta de valor”*** escrito por Alan Smith, Alexander Osterwalder y Yves Pigneur

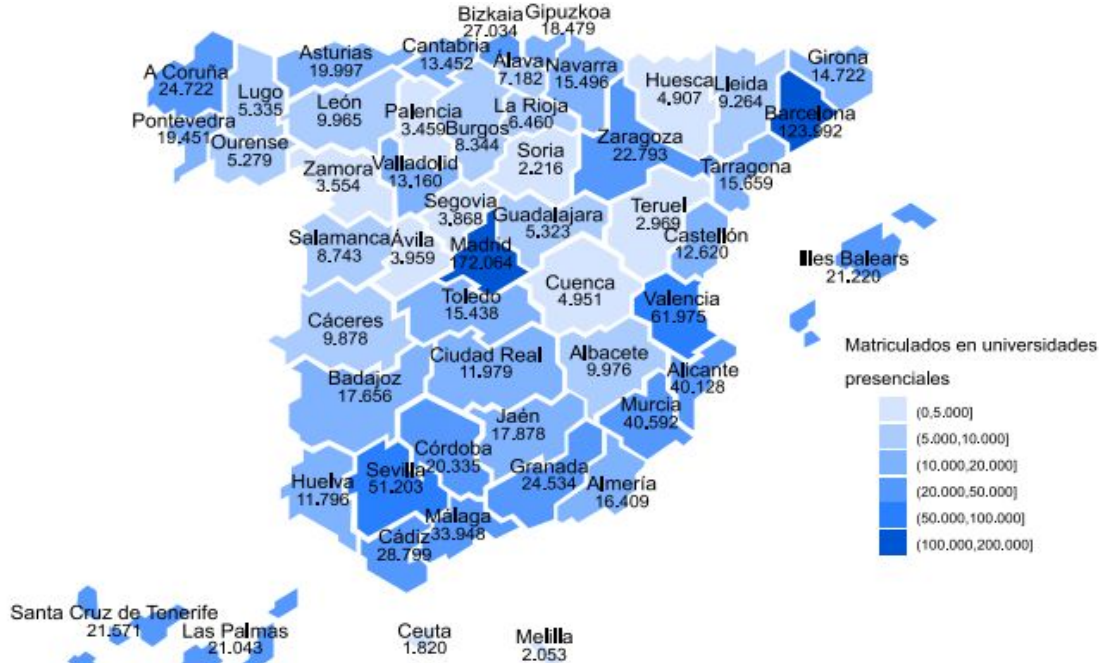




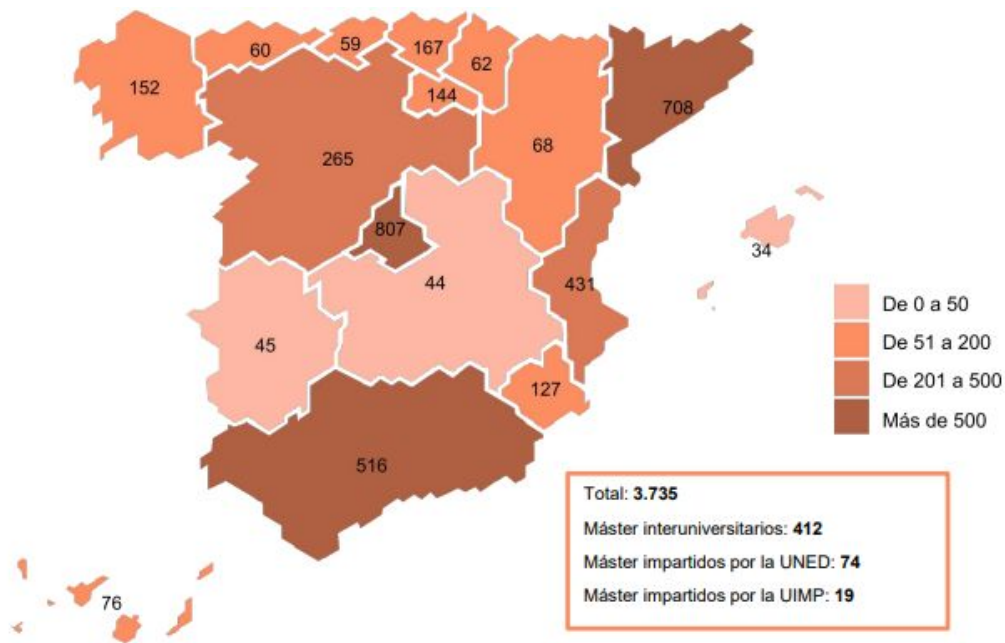
Nuestros clientes potenciales serían estudiantes entre entre los **18 hasta los 30 años.**

En España **1,7 millones** de estudiantes integran el **Sistema Universitario** según la encuesta realizada por el ministerio de universidades en 2022-2023.

Los estudiantes de Grado representan el 78,6% de los alumnos matriculados, los de Máster el 16,0% y los de Doctorado el 5,4%.



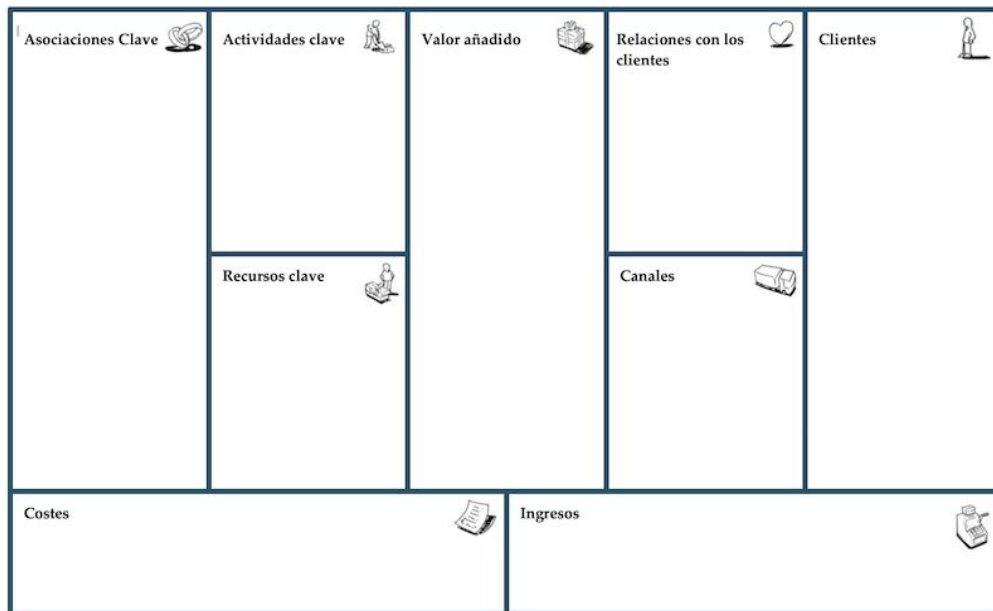
Estudiantes matriculados en másteres



234.214
alumnos en el
curso
2019-2020 en
comparación
con el curso
2022-2023
276.518
alumnos
matriculados
esto muestra un
claro
incremento de
estudiantes en
másteres



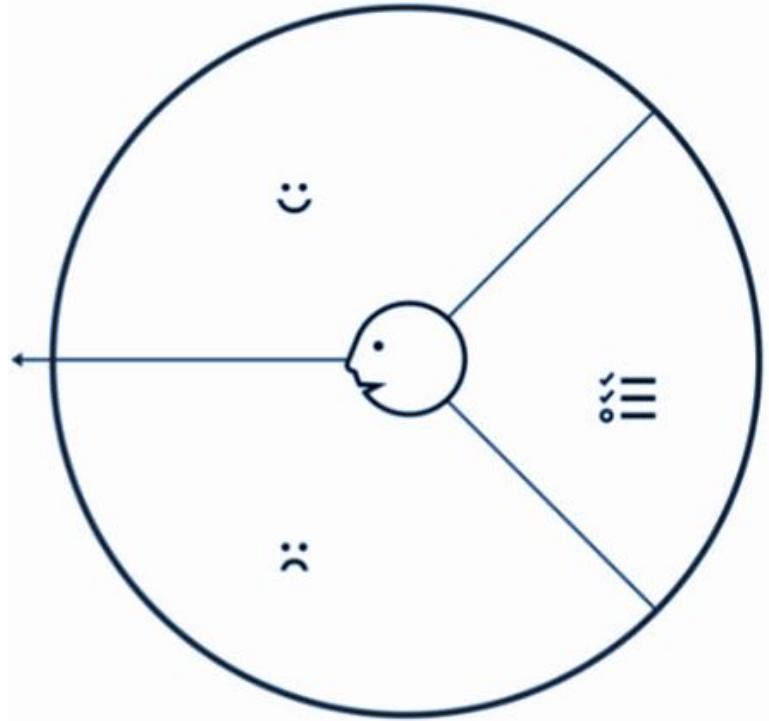
Modelo canvas



A continuación, en base al modelo canvas, explicaremos cada una de las partes de nuestro negocio.



A continuación realizaremos la segmentación del cliente basado en el libro *“Diseñando la propuesta de valor”*.
Esta imagen que representa **los trabajos/ necesidades del cliente, sus frustraciones y sus alegrías.**





No descuidar la salud mental.

Debido a las grandes cantidades de estrés a las que se enfrentan los universitarios, algunos requieren ir a terapia para controlarlo y aprender nuevas técnicas para gestionar la ansiedad.



Saber cómo organizarse para estudiar.

El universitario a menudo se siente confuso a la hora de estudiar, a causa de la amplitud del temario que ha de estudiar y la falta de herramientas que se proporcionan por parte de las universidades.

Orientación académica en el periodo universitario.

A menudo, los universitarios se sienten abrumados toda información desorganizada acerca de las asignaturas impartidas en el curso, erasmus, máster y becas.



Necesidad de tener información sobre eventos y actividades que amplíen el currículum.

Necesidad de ampliar el conocimiento a través de charlas y talleres relacionados con su universidad, además de necesitar medios para acceder a prácticas y voluntariado.



**Falta de información
sobre su uso.**

No entender cómo funciona la aplicación y no tener toda la información que ofrece el servicio.



**Servicio
demasiado
caro.**



No fiable

Tener un presupuesto bajo y no querer gastar tanto dinero en algo que puede hacer por su propia cuenta.

Tener información que no le sirve o que no le aporte nada.

No poder o querer
Visitar sitios lejanos para
acceder a las actividades
que proporciona la
aplicación.

El sistema puede ser confuso y proporcionar datos erróneos que no
sean los que se necesitan

La aplicación no se adapta a cada usuario

**Recomendaciones en
ciudades lejanas**



El universitario quiere acceder a un buen empleo en un futuro cercano.

Conseguir trabajo en el futuro.



El universitario quiere mejorar su metodología de estudio y sus presentaciones.

Mejora del rendimiento académico



Al universitario le interesa viajar, conocer nuevas costumbres, aprender idiomas, conocer gente ...

Moverse en un entorno internacional



Sensación de control

El universitario quiere tener una mayor sensación de control.



El universitario quiere ampliar círculo de relaciones personales.

Poder relacionarse con otras personas



Tener acceso a información variada de forma sencilla y organizada, otorga al universitario cierto prestigio en su entorno.

Prestigio

