



# La Universidad pondrá en marcha un club propio de descuentos y promociones

La entidad ultima la captación de las empresas para lanzar la iniciativa este mes

OMAR CASTRO  
SALAMANCA

La Universidad de Salamanca, a través de su Fundación General, y en colaboración con la empresa de comunicación Ideas'Sshop, ultima el lanzamiento de su proyecto *Sabium. Comunidad Despierta*.

Esta iniciativa consiste en la creación de un club específico para la comunidad universitaria, cuyos miembros se distinguirán a través de una tarjeta de identificación, que estará a disposición de estudiantes, profesores, personal no docente, antiguos alumnos y estudiantes extranjeros, de tal manera que los usuarios podrán alcanzar las varias docenas de miles de personas.

Los integrantes de esta comunidad se podrán beneficiar de distintos descuentos y promociones en los establecimientos y empresas que formen parte del proyecto.

En concreto, tal y como se detalla en el dossier sobre la participación empresarial al que ha tenido acceso El Adelanto, las empresas participantes ofrecerá descuentos a la comunidad universitaria en sus compras durante todo un año -las rebajas se acordarán para cada ejercicio- y, además, podrán realizar en tiempo real promociones y ofertas concretas de productos y servicios en función del *stock* y el momento.

Para canalizar estas promociones en tiempo real y facilitar el acceso a ella de los miembros de

La Fundación General de la Universidad de Salamanca y la empresa Ideas'Sshop están ultimando la puesta en marcha del proyecto *Sabium. Comunidad Despierta*. Se trata de crear un club específico para la comunidad universitaria gracias al cual ésta

podrá beneficiarse de diferentes descuentos y promociones en tiendas y servicios de la ciudad y del entorno. La intención de los promotores es lanzar la iniciativa a lo largo de este mes, a la espera de que se sumen todas las empresas participantes.



Firma del convenio entre el director de la Fundación General de la Usal (derecha) y el presidente de Ideas'Sshop.

ALMEIDA

la comunidad *Sabium* se pondrá en marcha una web, a través de la cual la propia empresa gestionará las compras que realice la comunidad universitaria.

En este sentido, y como una de las cuestiones de valor añadido que plantea la Universidad y que justifica la puesta en marcha del proyecto, se destaca que las nuevas posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías permitirán segmentar las ofertas y pro-

mociones según distintos criterios.

Es decir, que podrán realizarse acciones puntuales dirigidas a cada uno de los grupos que componen la comunidad universitaria, tanto docentes o estudiantes, como antiguos alumnos, o en función del sexo, etcétera.

A parte de estas tres acciones principales, el proyecto del nuevo club comercial de la Universidad de Salamanca contempla la puesta en marcha de unos premios men-

suales, que servirán para recomendar a aquellos miembros de la comunidad *Sabium* que más volumen de compra hayan realizado en ese periodo. En este sentido, a las empresas se les ofrece la posibilidad de convertirse en patrocinadoras de alguna de la edición de estos galardones.

A cambio de estas ofertas y ventajas especiales para los miembros de la comunidad universitaria, el proyecto de la Usal plantea

a las empresas participantes varias ventajas, entre ellas la intención de promover la fidelización de los universitarios a la marca o empresa concreta, más allá de los años de estancia en la institución académica -de ahí que esté abierta también a antiguos alumnos-, así como garantizar la difusión de los productos y servicios entre las varias decenas de miles de usuarios que tendrá el club.

## Puesta en marcha este mes

Según ha podido saber este diario, la previsión que se maneja es que esta iniciativa pueda ver la luz de manera oficial este mes. De momento, el proyecto se encuentra en la fase de captación de las empresas que participarán en la iniciativa, a la espera de recibir la respuesta de ellas.

Una vez que ya esté cerrado ese abanico de entidades que participarán en la comunidad *Sabium*, la intención de la Fundación General es dar a conocer el club a través de una presentación pública, al mismo tiempo que se pone en marcha la web.

El lanzamiento de esta tarjeta de fidelización para la comunidad universitaria supondrá la culminación de un proceso que ha durado varios meses, desde que se pusiera en marcha el pasado verano, con la firma del acuerdo entre la Fundación General de la Usal y la empresa Ideas'Sshop. Entonces se inició la difusión del proyecto entre las empresas, a través de un dossier informativo al que ha tenido acceso El Adelanto. ■

## LOS DETALLES

### PROCESO

Para formar parte del club *Sabium*, las empresas han de presentar una carta de intenciones y la oferta de descuento anual y promociones que realizará a la Fundación General e Ideas'Sshop. Una vez recibido el visto bueno por la Universidad, la compañía firmará el correspondiente convenio y entrará a formar parte de la web creada a tal efecto. La participación se establecerá durante un año, con la posibilidad de prorrogarla anualmente.

### APORTACIÓN

Para formar parte del club las empresas



deberán aportar un porcentaje que se repartirá entre la Fundación General y la empresa promotora, en concepto de difusión de los productos o servicios y de promoción y gestión.

### REQUISITOS

Al margen de esa propuesta de descuentos y promociones, el único requisito que se exige a las empresas para participar es contar con conexión a Internet, para poder gestionar las compras que realice la comunidad universitaria.

### VENTAJAS

En su dossier para la captación de empresas, la propuesta de la Fundación General incorpora hasta ocho ventajas de las que se beneficiarán los empresarios si deciden participar en la iniciativa. Son las siguientes: creación de sinergias entre el tejido empresarial y la comunidad universitaria; escaparate de difusión de los

productos y servicios, con acceso a decenas de miles de usuarios; proyecto vivo, con renovación de usuarios/clientes cada año; "garantía" de que las ofertas realizadas serán vistas por los miembros de la comunidad universitaria; capacidad de segmentar las promociones según el tipo de producto o servicio o un periodo determinado; aval de la Fundación General para desarrollar "con todas las garantías" el proyecto de fidelización para la comunidad universitaria; pertenencia a un grupo de empresas y la diferenciación con la competencia; la previsión de 40.000 posibles clientes y la extensión territorial del proyecto a los campus de la Usal en Ávila, Béjar y Zamora.