

Asociación de Egresados de la Universidad de los Andes ALIANZAS & BENEFICIOS

UNIANDINOS dentro de su portafolio de servicios, ofrece a sus afiliados y grupo familiar alianzas estratégicas con empresas de diferentes sectores económicos con el objetivo de fidelizar a los afiliados a través de mejores y mayores beneficios.

Actualmente contamos un amplio portafolio de aliados en diferentes categorías: Vehículos, Salud y bienestar, Moda y accesorios, turismo, Restaurantes y gastronomía, Hogar, familia y entretenimiento, Recreación y cultura, Educación, Seguros y Servicios financieros y Publicaciones.

A continuación encontrará las condiciones específicas que debe cumplir un Aliado para ofrecer sus servicios y/o productos a nuestros afiliados.

¿Qué es un aliado?

Es una persona natural o jurídica que ofrece a los afiliados, su grupo familiar básico y empleados de la Asociación de Egresados de la Universidad de los Andes, productos y/o servicios con beneficios y valores agregados diferenciales para nuestro mercado.

¿Qué busca la Asociación con un nuevo aliado?

- Un producto o servicio atractivo y de impacto para nuestro mercado en general o alguno de sus segmentos en particular.
- Calidad en el servicio y/o producto.
- Descuentos diferenciales y valores agregados de impacto con respecto al mercado.
- Precios competitivos.
- Atención preferencial.

Condiciones específicas para ser nuestro aliado:

- Ofrecer un descuento y/o beneficio diferencial exclusivo para nuestros afiliados.
- Cobertura en Bogotá, y preferiblemente con cobertura en Cali y Barranquilla o a nivel nacional.
- Permitir que en los puntos de venta se exhiba material publicitario que lo destaque como aliado de la Asociación y en los medios de comunicación del Aliado.
- Enviar un reporte mensual, según acuerdo con Uniandinos, de la utilización del convenio.
- Se realizarán evaluaciones periódicas (trimestral, semestral o anual según sea el caso) del convenio.
- Ofrecer productos o servicios de acuerdo con los diferentes segmentos de nuestra población acordes con su perfil demográfico, psicográfico y de comportamiento.

Políticas para las alianzas

- Uniandinos podrá realizar alianzas temporales o permanentes con empresas que ofrezcan servicios en condiciones competitivas y diferenciales frente a las opciones del mercado.
- Los servicios o productos ofrecidos deben ser de impacto y aceptación en los diferentes segmentos de la comunidad Uniandina (Educación, publicaciones, seguros y servicios financieros, salud y belleza, vehículos, producto para niños – jóvenes, gastronomía, recreación y cultura, turismo, moda y accesorios, hogar, familia y entretenimiento)
- Uniandinos solamente realizará alianzas con empresas que estén legalmente constituidas, con registro mercantil vigente en la respectiva cámara de comercio del domicilio social. No con personas naturales.
- Uniandinos podrá realizar alianzas con entidades de educación superior de reconocimiento en el País o en el exterior, previo estudio y aceptación del Comité Académico. No realizará alianzas con jardines infantiles y/o colegios.
- Uniandinos se abstendrá de realizar alianzas con establecimientos que realicen procedimientos de cirugía estética, que no estén

acreditados por la Sociedad Colombiana de Cirugía Plástica y que puedan comprometer el buen nombre de la Institución.

- Uniandinos se abstendrá de realizar alianzas con negocios de venta multinivel, ni compañías de inversión, ni avala procesos que pueden comprometer el capital de los miembros de la Asociación y el nombre de Uniandinos (finca raíz).
- Uniandinos, siguiendo las directrices estatutarias, se abstendrá de realizar alianzas con empresas o instituciones que de alguna manera promuevan preferencias políticas, creencias religiosas o tendencias sexuales.

Beneficios para nuestros aliados:

Acceso a un nicho exclusivo de más de 13.000 miembros y sus familias para las gestiones comerciales que se quieran adelantar en conjunto con la Asociación.

- Divulgación de información de la alianza través del portal de la Asociación y los diferentes canales de comunicación.
- Incremento en las ventas para los aliados.
- Recordación de marca.
- Presencia directa en algunos eventos de la Asociación.

Perfil de los afiliados

SEGMENTOS	SEGMENTACIÓN DE LOS AFILIADOS
MENORES DE 25 AÑOS	<p>Perfil: Estudiante -Concentrados en cumplir y crecer como estudiantes- Preocupados por su vida profesional. Generación de emociones altruistas. Necesidad de actualización. Actividades consigo mismos: Competividad y Esfuerzo. Viajar (reforzar idioma o desarrollo de posgrado). Disfrutan de momentos consigo mismos: leer, hacer ejercicio. Desarrollo de nuevas actividades sociales que se encuentran "de moda" (Jugar póker y cocinar con amigos).</p> <p>Convenios: Tarjeta de crédito, Movistar, Gimnasios, Bares de moda, Plan de viajes ecoturísticos deportes extremos, Estudios becas en el exterior</p>

<p>26 A 34 AÑOS</p>	<p>Perfil: Están iniciando vida profesional. Alto nivel de ingreso. A nivel general son solteros / empiezan a vivir solos. Intereses: adquirir bienes, viajar, salir de fiesta, conocer gente. Ambiciosos laboral y económicamente. Alta importancia a la experiencia de viajes. Existe comportamiento del ahorro. Tiempo de esparcimiento limitado. Actividades familiares</p> <p>Convenios: Automóviles, Viajes, Restaurantes reconocidos, Seguro automóvil, Teatro Nacional, Bares</p>
<p>35 A 55 AÑOS</p>	<p>Perfil: Ocupan puestos laborales en cargos altos. Conformación del núcleo familiar. Tenencia de niños menores de 8 años. Existe la cultura e importancia frente al ahorro, lo que connota un mejor manejo de los imprevistos. Alta importancia al núcleo familiar. Alta importancia a los hijos. La vida gira en torno a ellos. Alta importancia a la pareja (Esposas)</p> <p>Convenios: Automóviles, Viajes, Restaurantes, Seguro educativo, Seguro automóvil, Teatro Nacional, Pólizas de Salud, Convenios niños, jóvenes, Golf</p>
<p>MAYORES DE 56 AÑOS</p>	<p>Perfil: La mayoría son pensionados. Personas activas que trabajan por lo general como consultores / medio tiempo. Viajan por pasatiempo. Hobbies que permiten nuevos conocimientos o nuevas formas de ver la vida: la cocina, la pintura, leer literatura narrativa, caminar, compartir tiempo con familia y amistades. La salud, se convierte en la principal preocupación. Tenencia de club,</p> <p>Convenios: Clubes, Automóviles, Viajes, Restaurantes, Seguro automóvil, Teatro Nacional, Pólizas de Salud, Golf</p>

Proceso

1. La empresa interesada debe enviar su propuesta comercial a convenios@uniandinos.org.co, donde señale el portafolio de servicios, las condiciones y descuentos que se ofrecerá a la comunidad uniandina a través de la Alianza
2. Con esta información la Asociación de Egresados de la Universidad de los Andes, revisará y hará una validación de la

- propuesta, teniendo en cuenta el beneficio y oferta de valor diferencial para los afiliados.
3. Al aliado se le notificará el interés de la propuesta para agendar una cita y conocer más detalles
 4. Se firmará un acuerdo entre ambas partes que se podrá terminar en cualquier momento
 5. Los afiliados para obtener el beneficio deben presentar al establecimiento comercial el carné vigente de la Asociación.
 6. Una vez firmado el acuerdo, la empresa entrará a un proceso de evaluación por un periodo de tres meses, donde se revisará la utilización, y las estrategias de mercadeo y comunicación diseñadas en conjunto para conocimiento de la comunidad uniandina.
 7. El aliado enviará un reporte mensual, según acuerdo con Uniandinos, de la utilización del convenio. Detallando número de personas.
 8. El recibir una propuesta comercial no significa la aceptación de la misma.

Mayores informes: PBX: 6162211 ext 165
convenios@uniandinos.org.co