



# PROYECTO INTEGRADOR DE APRENDIZAJE

Proyección Personal y de Productos

Alma Daniela Garza Palomino  
2001476

Erick Franco Mendez Estrada  
1970636

Stibaly Jaretzi Rios Sifuentes  
2007277

Abraham Alexander  
Hinojosa Gonzales  
1999146

Jose Armando  
Hernandez  
Santander 2034261

# IDEA DE NEGOCIO

## ¿QUE ES UNI LIVE?

UniLive es una aplicación desarrollada con el propósito de optimizar, simplificar y hacer más transparente la gestión de las Actividades de Formación Integral (AFI) para los estudiantes universitarios.

En muchas instituciones, las AFI representan un requisito indispensable para avanzar académicamente; sin embargo, su administración suele resultar confusa, poco accesible o desorganizada. UniLive surge como una solución integral a este problema, concentrando en un solo lugar toda la información necesaria para que los estudiantes puedan cumplir sus actividades sin estrés y con mayor claridad.



El objetivo principal de UniLive es simplificar el proceso de búsqueda, selección y registro de las Actividades de Formación Integral (AFI), ofreciendo a los estudiantes una herramienta clara, organizada y accesible.

La aplicación facilita la exploración de áreas disponibles, agiliza la inscripción a actividades, y permite llevar un seguimiento preciso del avance semestral. Con esto, UniLive promueve el orden, la claridad y el desarrollo integral de la comunidad estudiantil al reunir toda la información necesaria en un solo lugar.

Demostración grafica:

[https://drive.google.com/file/d/1auuNPvp\\_uxhnET5PLLI\\_rBYTE-98JmoN/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1auuNPvp_uxhnET5PLLI_rBYTE-98JmoN/view?usp=sharing)

# GESTION DE NEGOCIOS

## OBJETIVOS

- Facilitar el acceso a las AFIs
- Reducir el tiempo de consulta
- Disminuir el numero de AFIs perdidas por olvido
- Mejorar la experiencia de usuario

## ALCANCE

- Estudiantes activos de la pertenecientes a la UANL
- Disponibilidad en sistemas iOS y Android

## PLAN DE ACCION

- 1.Definición de los requerimientos y diseño
- 2.Desarrollo de la plataforma
- 3.Pruebas de calidad de software y seguridad de la información
- 4.Integración con la plataforma de Campus Digital
- 5.Campaña de difusión y publicidad

## EVALUACION DE RIESGOS

| Riesgo                               | Probabilidad | Impacto | Prevención/Remedio                              |
|--------------------------------------|--------------|---------|---|
| Saturacion del sistema               | Alto         | Alto    | Uso de hosting escalable en la nube             |
| Baja adopción por los estudiantes    | Medio        | Alto    | Publicidad y difusión                           |
| Problemas en el desarrollo           | Medio        | Medio   | Uso de pruebas unitarias y validación de datos  |
| Actualización de software inesperado | Bajo         | Medio   | Utilizar una o dos versiones al software actual |

# PUESTOS

Con el fin de desarrollar la aplicación UniLive, es necesario conformar un equipo multidisciplinario capaz de aportar conocimientos técnicos, administrativos y de comunicación

## PROGRAMADOR FRONT END

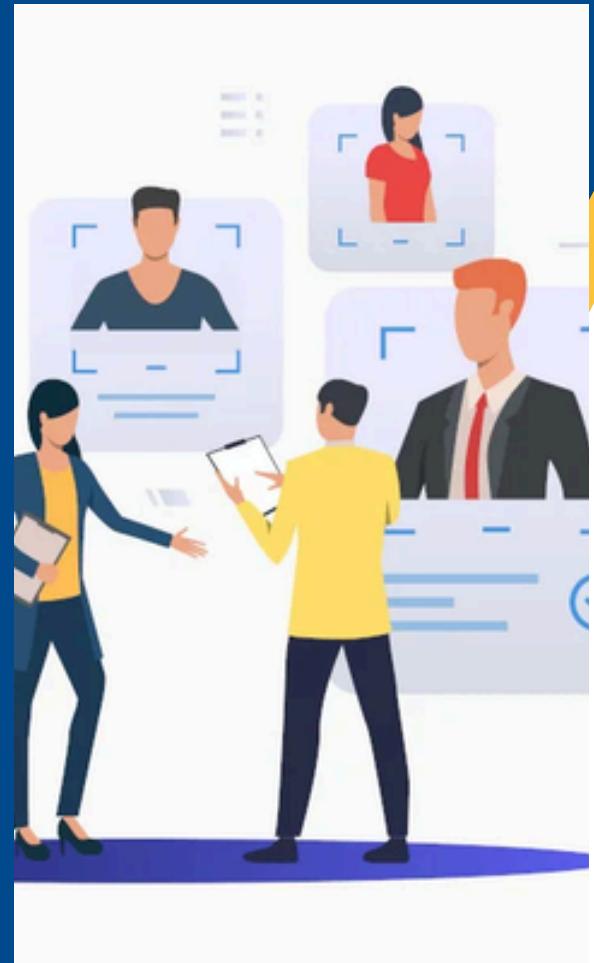
Encargado de que la aplicación sea cómoda, estética y de fácil uso para el usuario.

## PROGRAMADOR BACK END

Encargado de la realización de la arquitectura, base de datos y EndPoints necesarios para las solicitudes del usuario

## PUBLICIDAD Y MARKETING

Responsable de la publicidad, campañas de marketing y la difusión del proyecto



## LICENCIAMIENTO Y DERECHOS

Es quien se encarga de que la aplicación y la marca UniLive cumplan con los derechos y requerimientos legales.

## CONTADURIA Y FINANZAS

Encargado de liderar el control de la información financiera y contable de UniLive.

# PÚBLICO OBJETIVO

UniLive está dirigido a estudiantes de la UANL que requieren una plataforma clara para gestionar sus AFIs; sin embargo, el producto se desarrolla para que sea adquirido por la UANL como una herramienta institucional que mejore el sistema actual, reduzca la carga administrativa y optimice la comunicación con los alumnos.

## ***EL EQUIPO IDENTIFICÓ AMBOS PÚBLICOS MEDIANTE:***

### **✓ 1. Análisis del contexto universitario**

Se detectaron problemas en el manejo de AFIs dentro de SIASE y Campus Digital, lo que señaló la necesidad tanto de los estudiantes como de la institución.

### **✓ 2. Análisis de competencias**

Se compararon plataformas existentes, observando que ninguna resuelve el proceso AFI de manera especializada.

### **✓ 3. Encuestas diferenciadas**

Se aplicaron dos encuestas:

- Una a estudiantes para conocer sus dificultades y necesidades.
- Una al área de TI de la UANL para entender los requisitos técnicos, administrativos y de integración de un sistema institucional.

Esto permitió validar que:

- Los estudiantes sí usarían la app (83–88%).
- La UANL está abierta a soluciones digitales siempre que cumplan seguridad, integración y mejora administrativa.

# COMPETENCIAS



## SIASE

Plataforma oficial de la UANL para trámites académicos, registro de AFIs, calificaciones, horarios y gestiones escolares.

- Alcance: Obligatorio para todos los estudiantes y docentes de la UANL; llega a más de 200,000 usuarios activos dentro de la universidad.



## CAMPUS DIGITAL UANL

Aplicación institucional que centraliza servicios como transporte Tigrebus, calificaciones, anuncios universitarios y notificaciones generales.

- Alcance: Disponible para toda la comunidad universitaria; aunque su adopción es baja, la app tiene alcance potencial a toda la UANL.

## GOOGLE CALENDAR

Herramienta universal de calendario, recordatorios y organización personal con sincronización multiplataforma.

- Alcance: Uso global con millones de usuarios; entre estudiantes universitarios es una de las apps de organización más utilizadas.



# IMAGEN EMPRESARIAL

El logotipo de UniLive:

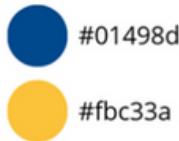
- cumplimiento de actividad
- organización académica.
- asegura legibilidad
- firmeza visual



## JUSTIFICACION DE COLORES Y TIPOGRAFIA

La tipografía(Gill Sans Ultra Blod y Myriad Variable Concept Blod)

- asegura legibilidad
- refuerza la idea de solidez y claridad
- transmite confianza



|                              |                    |
|------------------------------|--------------------|
| Gill Sans Ultra Bold         | <b>Lorem ipsum</b> |
| Myriad Variable Concept (40) |                    |

## MENSAJE DE LA EMPRESA

La tipografía(Gill Sans Ultra Blod y Myriad Variable Concept Blod)

- asegura legibilidad
- refuerza la idea de solidez y claridad
- transmite confianza

## **EXPERIENCIA AL CLIENTE**

La experiencia que buscamos ofrecer es de confianza, simplicidad y organización. UniLive no solo comunica información, sino que la presenta de manera clara, accesible y atractiva, asegurando que cada estudiante tenga una herramienta visual que motive y acompañe el cumplimiento de sus actividades universitarias.



## **MATERIAL DE MARKETING Y COMUNICACIÓN**

- Flyers digitales e impresos
- Redes sociales, con publicaciones gráficas y audiovisuales
- Stickers y material de papelería

# MARKETING

# FLYER PUBLICITARIO

## ¡Nunca mas pierdas un AFIS!

La nueva forma de  
Organizar tus AFIS



¡Recordatorios Antes de cada evento!



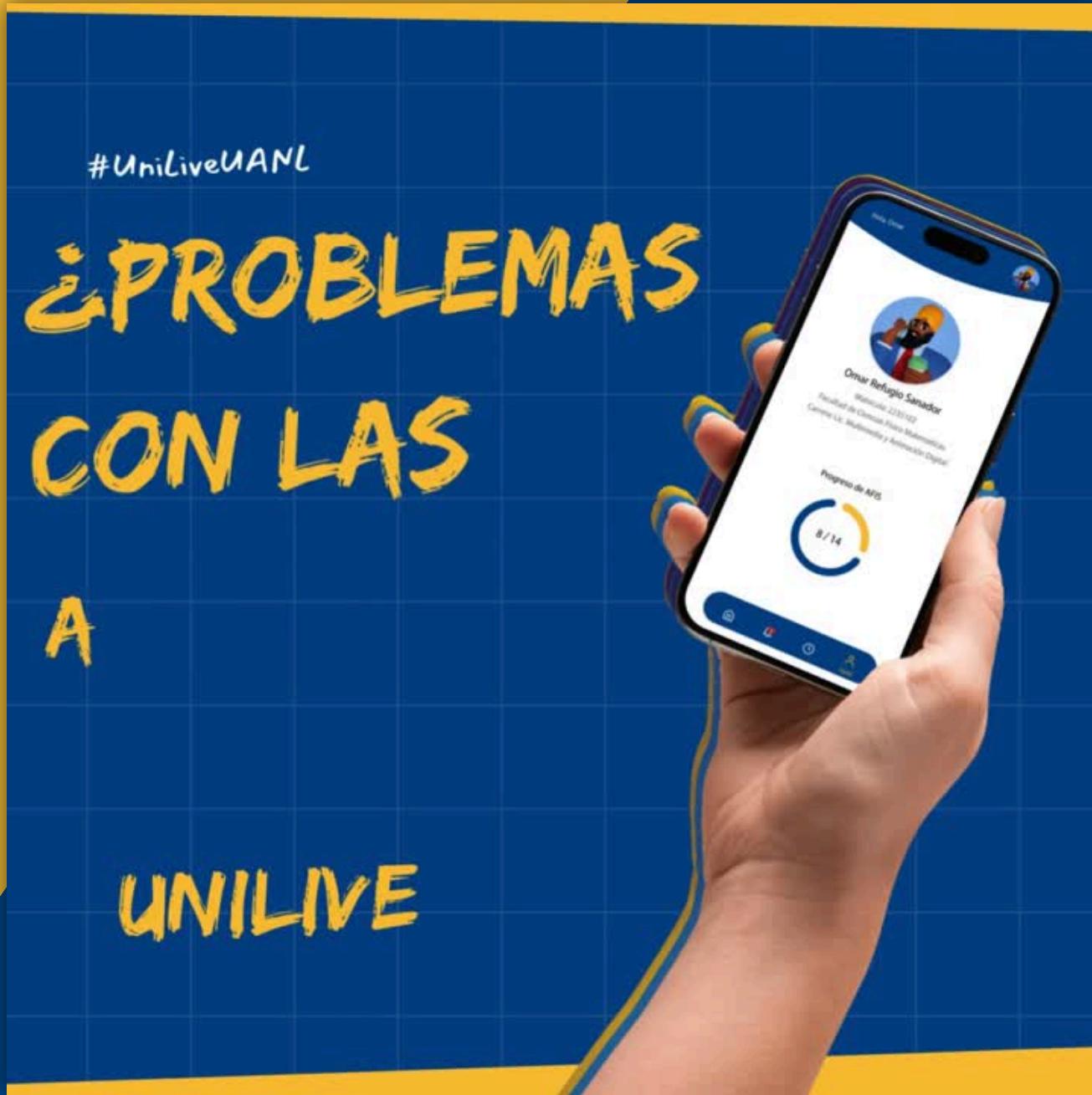
¡Todas tus AFIS sincronizadas!



¡Integracion directa con tu cuenta!



# VIDEO PARA REDES



Link: [https://drive.google.com/file/d/15JUgNQJFGFBrlOkpEkgPy8X-DBm3Zkr7/view?  
usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/15JUgNQJFGFBrlOkpEkgPy8X-DBm3Zkr7/view?usp=sharing)

# TIKTOK



Link: [https://drive.google.com/file/d/1kQrbJ8rO27dPoElC80vLZV\\_JMxIg38nV/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1kQrbJ8rO27dPoElC80vLZV_JMxIg38nV/view?usp=sharing)

# STIKERS



# STIKERS



# BOLSOS



# TERMOS Y PLAYERAS



# LIBRETAS



# ESTADO DE RESULTADOS

## INVERSIÓN INICIAL.

| Concepto                      | Descripción  |
|-------------------------------|--|
| Monto del préstamo            | \$150,000 MXN  |
| Entidad financiera            | BBVA México  |
| Tipo de crédito               | Préstamo personal  |
| Plazo                         | 12 meses   |
| Tasa de interés anual         | 30% ( $\approx$ 2.5% mensual)  |
| Pago mensual                  | \$15,000 MXN   |
| Total a pagar                 | \$180,000 MXN  |
| Intereses totales aproximados | \$30,000 MXN   |
| Destino de los fondos         | Cubre los costos de bienes y operativos del proyecto (programación, marketing, servicios, registro de marca, asesorías y dominio). |
| Forma de pago                 | Mensualidades fijas cubiertas con recursos propios mientras el préstamo se utiliza para cubrir la inversión del proyecto.          |

El préstamo de BBVA permite financiar completamente el desarrollo de la aplicación UniLive sin depender de inversionistas externos. Este financiamiento cubre el ciclo completo de diseño, programación, registro y lanzamiento del producto, garantizando un desarrollo profesional con flujo estable durante los primeros cuatro meses.

## PRECIO VENTA DEL PRODUCTO.

El precio de venta de UniLive se establece en \$250,000 MXN, considerando el desarrollo completo de la aplicación educativa web, registro de marca, marketing, asesoría y servicios tecnológicos. Este monto está en línea con proyectos similares del sector EdTech, que oscilan entre \$200,000 y \$300,000 MXN por licencia institucional. El precio incluye el sistema operativo, pruebas funcionales, soporte inicial y documentación técnica.

# PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección de ventas de UniLive se centra en una única operación: la venta institucional a la UANL por \$250,000 MXN, diseñada específicamente para sus necesidades académicas y administrativas. Durante los primeros tres meses se trabajó en desarrollo y pruebas sin generar ingresos, concretándose la venta en el cuarto mes tras la validación del sistema por la universidad.

| Mes                           | Actividad                         | Ingreso (MXN)  |
|-------------------------------|-----------------------------------|----------------|
| 1                             | Desarrollo, diseño y planeación   | 0              |
| 2                             | Programación y pruebas            | 0              |
| 3                             | Integración, marketing y registro | 0              |
| 4                             | Venta institucional (UANL)        | 250,000        |
| <b>Total anual proyectado</b> |                                   | <b>250,000</b> |

## COSTOS OPERATIVOS.

| Concepto                    | Mes 1          | Mes 2          | Mes 3          | Mes 4            |
|-----------------------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| <b>Costos bienes.</b>       |                |                |                |                  |
| <b>Dominio (bien)</b>       | 1,500          |                |                |                  |
| <b>Costos Operativos.</b>   |                |                |                |                  |
| <b>Derecho de autos</b>     | 300            |                |                |                  |
| <b>Marca registrada</b>     | 2,800          |                |                |                  |
| <b>Asesoramiento</b>        | 4,800          |                |                |                  |
| <b>Canva Pro</b>            | 175            | 175            | 175            | 175              |
| <b>Marketing</b>            | 5,000          | 5,000          | 5,000          | 5,000            |
| <b>Depreciación</b>         | 1,700          | 1,700          | 1,700          | 1,700            |
| <b>Contador</b>             | 5,000          |                |                |                  |
| <b>Front-End</b>            | 8,000          | 8,000          | 8,000          | 8,000            |
| <b>Back-End</b>             | 8,000          | 8,000          | 8,000          | 8,000            |
| <b>Servicios</b>            | 15,000         | 15,000         | 15,000         | 15,000           |
| <b>TOTAL</b>                | <b>52,275</b>  | <b>37,875</b>  | <b>37,875</b>  | <b>37,875</b>    |
| <b>Utilidad Bruta</b>       | <b>-1,500</b>  | <b>0</b>       | <b>0</b>       | <b>250,000</b>   |
| <b>Utilidad Operativo</b>   | <b>-52,275</b> | <b>-37,875</b> | <b>-37,875</b> | <b>212,125</b>   |
| <b>Utilidad a/impuestos</b> | <b>-67,275</b> | <b>-52,875</b> | <b>-52,875</b> | <b>197,125</b>   |
| <b>Impuestos</b>            | <b>0</b>       | <b>0</b>       | <b>0</b>       | <b>59,137.5</b>  |
| <b>Utilidad neta final</b>  | <b>-67,275</b> | <b>-52,875</b> | <b>-52,875</b> | <b>137,987.5</b> |

| Mes | Resultado mensual | Acumulado        |
|-----|-------------------|------------------|
| 1   | -67,275           | -67,275          |
| 2   | -52,875           | -120,150         |
| 3   | -52,875           | -173,025         |
| 4   | +137,987.5        | <b>-35,037.5</b> |

# COSTOS FINANCIEROS MENSUALES

| Concepto                        | Valor (MXN) |
|---------------------------------|-------------|
| <b>Pago mensual</b>             | 15,000      |
| <b>Tasa Anual</b>               | 30%         |
| <b>Tasa mensual</b>             | 2.5%        |
| <b>Total a pagar (12 meses)</b> | 180,000     |
| <b>Intereses totales</b>        | 30,000      |
| <b>Pagado al mes 4</b>          | 60,000      |
| <b>Restante por liquidar</b>    | 120,000     |

## MARGEN NETO, MARGEN BRUTO, ROI:

Utilidad Bruta:  $250,000 - 1,500 = 248,500$

Utilidad Bruta: \$248,500 MXN

Utilidad Operativa:  $248,500 - 164,400 = 84,100$

Utilidad Operativa: \$84,100 MXN

Utilidad Antes de Impuestos:  $84,100 - 30,000 = 54,100$

Utilidad antes de impuestos: \$54,100 MXN

Impuestos:  $54,100 \times 0.30 = 16,230$

Impuestos: \$16,230 MXN

Utilidad Neta:  $54,100 - 16,230 = 37,870$

Utilidad Neta Final: \$37,870 MXN

| Indicador               | Fórmula                                       | Resultado |
|-------------------------|---|-----------|
| <b>Margen Bruto</b>     | $((250,000 - 1,500) \div 250,000) \times 100$ | 99.4%     |
| <b>Margen Operativo</b> | $(84,100 \div 250,000) \times 100$            | 33.6%     |
| <b>Margen Neto</b>      | $(37,870 \div 250,000) \times 100$            | 15.1%     |
| <b>ROI</b>              | $(37,870 \div 165,900) \times 100$            | 22.8%     |

El proyecto UniLive genera ingresos por un total de \$250,000 MXN derivados de su única venta institucional realizada a la UANL. Los costos operativos y financieros se mantienen dentro de parámetros controlados. El retorno sobre la inversión (ROI) del 22.8% refleja que el proyecto comienza a recuperar la inversión inicial, aunque no alcanza a cubrir por completo los compromisos financieros adquiridos. Al considerar los pagos restantes del préstamo otorgado por BBVA, el flujo anual total presenta una pérdida estimada de \$155,037.50 MXN.

## **ENLACE A LA PRESENTACION**

[https://www.canva.com/design/DAG5J4c5iAk/iGt0ceC5UwbEbSqGIJSa7Q/view?  
utm\\_content=DAG5J4c5iAk&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link2&utm\\_source=uniquelinks&utllId=he69cc79b4a](https://www.canva.com/design/DAG5J4c5iAk/iGt0ceC5UwbEbSqGIJSa7Q/view?utm_content=DAG5J4c5iAk&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=uniquelinks&utllId=he69cc79b4a)