**Campañas y marketing**

**1. Publicidad Digital y Física**

* **Pendones físicos** para zonas estratégicas dentro de la universidad (entradas, cafeterías, pasillos principales).
* **Flyers digitales** diseñados para difusión en grupos estudiantiles, correos electrónicos y redes sociales internas de la universidad.
* **Costo estimado para 6 meses**:
  + Diseño e impresión de pendones y flyers: **$1.000.000 COP** (una sola vez para toda la campaña).
  + Publicidad pagada en redes sociales (Facebook, Instagram):  
    **$250.000 COP/mes × 6 meses = $1.500.000 COP**

**2. Activaciones y Talleres**

* **Talleres gratuitos** (1 taller mensual) coordinados con Bienestar Universitario:
  + Temas: manejo del estrés, técnicas de estudio, salud mental.
  + Recursos: logística básica (agua, refrigerios simples, impresión de materiales si aplica).
* **Costo estimado de logística por taller**:  
  **$150.000 COP × 6 talleres = $900.000 COP**

**3. Alianzas Estratégicas**

* **Con Bienestar Universitario**:
  + Participación en ferias de bienestar, ferias de servicios estudiantiles.
  + Colaboraciones para que promocionen el servicio como parte de sus estrategias de apoyo estudiantil.
* **Logística de participación en eventos**:
  + Costo base estimado para apoyar material promocional/logística en eventos:  
    **$200.000 COP/evento × 3 eventos puntuales = $600.000 COP** (considerando que participes cada 2 meses aprox.)

**4. Actividades de Bienestar Universitario**

* **Actividades conjuntas** con los departamentos de psicología y orientación académica:
  + Minicharlas de 30 min + presentación del servicio.
* **Costo asociado**:
  + Producción de material audiovisual simple y obsequios promocionales pequeños:  
    **$100.000 COP/actividad × 4 actividades = $400.000 COP**

En resumen, los costos de marketing y publicidad para el cubrimiento de 6 meses, que garanticen un alcance más fiable equivalen a 4’400.000 COP.

**Maquinaria para la producción**

Servidores para almacenar, procesar y monitorear el modelo de machine learning para asistir psicológicamente a estudiantes con un posible alto riesgo de deserción, en su etapa universitaria.

**Tiempo y costo de inversión de desarrollo de la propuesta**

**1. Implementos para desarrollar la propuesta:**

Carta

El contenido generado por IA puede ser incorrecto.

En total, el precio aproximado de los implementos para ejecutar la propuesta es de 21,000 a 25,000 dólares.

**2. Capacitaciones:**

Existe la posibilidad de ofrecer sesiones de consultoría opcionales a las universidades y sus estudiantes en la que se les asesore en cuento al manejo en diversos aspectos relacionados al servicio. Por ende, un trabajo de 8 horas semanales para un consultor con un nivel de experiencia junior a intermedio, esta entre 75,000 a 100,000 COP la hora, por ende, sería un aproximado de 2.400.00 a 3.200.000 COP para 4 semanas de consultoría estipuladas.

**3. Personal capacitado:**

**Tabla

El contenido generado por IA puede ser incorrecto.**

**Curva de ingresos:**

**Gráfico, Gráfico de líneas

El contenido generado por IA puede ser incorrecto.**

**1. Inversión inicial alta (Meses 1-6)**

* **Costos principales:**
  + Implementos de desarrollo: 21.000 a 25.000 USD (~84M a 100M COP).
  + Marketing y publicidad: 4.400.000 COP para 6 meses.
  + Consultoría inicial: 2.400.000 a 3.200.000 COP.
* **Resultado:** Durante los primeros 6 meses no se proyectan ingresos porque es el período de:
  + Desarrollo tecnológico (servidores, modelo de machine learning).
  + Validación inicial del servicio.
  + Construcción de imagen de marca (pendones, redes sociales, activaciones universitarias).

**2. Inicio de ventas piloto (Meses 7-12)**

* **Actividades clave:**
  + Implementación de los primeros pilotos con universidades (1-2 instituciones).
  + Licencias de servicio básicas a precio de entrada (entre 10.500 a 12.500 USD por universidad → ~42M a 50M COP por universidad).
  + Servicios de talleres y consultorías básicos.
* **Resultado:**
  + Primer ingreso moderado (~15 millones COP).
  + No se busca aún rentabilidad total, sino cubrir costos operativos y validar el modelo de negocio.

**3. Crecimiento y expansión moderada (Año 2, Meses 13-24)**

* **Actividades clave:**
  + Expansión a 3-4 universidades adicionales.
  + Incremento del precio de licencia, incluyendo servicios de valor agregado (personalización, reportes, formación continua).
* **Resultado:**
  + Ingresos proyectados cercanos a 60 millones COP.
  + Se empiezan a recuperar los costos de inversión inicial.

**4. Crecimiento agresivo (Año 3, Meses 25-36)**

* **Actividades clave:**
  + Consolidación de marca como referente en asistencia psicológica universitaria.
  + Participación en ferias, alianzas con más departamentos universitarios (Bienestar, Psicología).
  + Oferta de paquetes premium (licencia + capacitación + consultorías).
* **Resultado:**
  + Ingresos estimados en torno a 150 millones COP.
  + El modelo comienza a ser rentable, cubriendo toda la inversión inicial y generando utilidades.

**Precio final del producto**

**Resumen del presupuesto:**

**Tabla

El contenido generado por IA puede ser incorrecto.**

* Rango estimado del costo total:  
  90.800.000 COP a 107.600.000 COP

Esto no incluye costos operativos a más largo plazo como mantenimiento o futuras actualizaciones (que podrías luego prorratear en las licencias o contratos anuales).