



**UNIVERSIDAD CASA GRANDE**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

## **MODELO DE NEGOCIO**

**“ORIEN.AI”:**

## **GERENCIA DE PLAN DE MARKETING**

Elaborado por:

**MARIA PAULA REYNA NAVAS**

Tutoría por: **MBA. ANNABELLE FIGUEROA LIZARZABURU**

## **GRADO**

Trabajo previo a la obtención del Título de:

**Licenciado en Administración de Empresas**

Guayaquil, Ecuador

Enero, 2024

## 2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Reyna Navas María Paula** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio ORIEN.AI: Gerencia de Plan de Marketing**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**ORIEN.AI**”.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes: Arturo Javier Coka Gregor, Nabila Zunino Abraham, Nayib Arafat Escobar Roelas, Genesis Noemi Olaya Marcillo y Jose Rafael Avellan Aviles.

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.



---

**Reyna Navas María Paula**

**0943986893**

Declaro que,

**Yo, Reyna Navas María Paula** en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio ORIEN.AI: Gerencia de Plan de Marketing**” de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



---

**Reyna Navas María Paula**

**0943986893**

### 3. RESUMEN EJECUTIVO

El modelo de negocio de ORIEN.AI representa una revolucionaria integración de la inteligencia artificial en el ámbito de la orientación vocacional y el proceso de admisión a la educación superior. Este proyecto busca modernizar y simplificar la toma de decisiones relacionadas con carreras universitarias y la elección de instituciones, enfocándose en reducir el estrés asociado al proceso de admisión y la deserción universitaria en la región.

ORIEN.AI se destaca por su enfoque innovador, donde la inteligencia artificial juega un papel central en el mejoramiento de la eficiencia y efectividad de los procesos educativos y de orientación. El proyecto se compone de seis documentos detallados que abarcan diferentes áreas de gestión: Design Thinking, Estudio de Mercado, Estudio Administrativo, Estudio Técnico, Plan de Marketing y Estudio Financiero, cada uno aportando una perspectiva única y esencial al conjunto del proyecto.

En el aspecto de Design Thinking, se identificaron y validaron las dificultades que enfrentan los estudiantes en su camino educativo y profesional. La investigación de mercado profundizó en la comprensión de estas problemáticas, permitiendo adaptar la solución a las necesidades reales del mercado. El Estudio Administrativo definió la misión, visión y valores de ORIEN.AI, asegurando la alineación de todas las operaciones con su propósito central. El Estudio Técnico se centró en el diseño y funcionalidad de la plataforma, asegurando su eficiencia y efectividad. El Plan de Marketing desarrolla estrategias específicas para posicionar a ORIEN.AI en el mercado, enfocándose en las fases de expectativa, posicionamiento, crecimiento y evaluación. Finalmente, el Estudio Financiero confirmó la viabilidad del proyecto, con una Tasa Interna de Retorno y un Valor Actual Neto que indican un futuro prometedor para ORIEN.AI.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Maria Paula Reyna Navas, José Rafael Avellán Avilés, Génesis Noemí Olaya Marcillo, Nabila Zunino Abraham, Nayib Arafat Escobar Roelas, Arturo Javier Coka Gregor y explica el plan de negocios del proyecto denominado “ORIEN.AI”; por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

#### **4. PALABRAS CLAVES**

Modelo de Negocio, Orientación vocacional, inteligencia artificial, estrategia, marketing, posicionamiento

#### **5. CONSIDERACIONES ÉTICAS**

El desarrollo del proyecto Modelo de Negocio “ORIEN.AI” ha tomado como punto de partida consideraciones éticas, incluyendo el respeto a la propiedad intelectual de las ideas y la integridad en todo el proceso creativo. Desde sus inicios, se ha realizado una extensa investigación para conocer la viabilidad del proyecto y si en el mercado existe o ha existido un modelo de negocio igual o similar, respetando la propiedad intelectual del mismo y a su vez brindar alternativas que permitan la competencia justa en el mercado objetivo sin fomentar el plagio.

Se reconoce adecuadamente las contribuciones externas, incluyendo material referencial debidamente citado, con el fin de reforzar con fundamentos académicos los distintos apartados a lo largo del documento. Además, en referencia a las entrevistas, grupos focales y encuestas realizadas en las distintas etapas del proyecto, estas herramientas se utilizaron informando la confidencialidad y el cuidado del uso y exposición de la información recaudada para fines académicos del proyecto.

## 6. ÍNDICE DE CONTENIDO

1. PORTADA.....	1
2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	2
3. RESUMEN EJECUTIVO.....	4
4. PALABRAS CLAVES.....	6
5. CONSIDERACIONES ÉTICAS.....	6
6. ÍNDICE DE CONTENIDO.....	7
6.1 ÍNDICE DE FIGURAS.....	7
6.2 ÍNDICE DE TABLAS.....	8
7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN.....	9
8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO.....	14
9. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO.....	16
10. GERENCIA DE PLAN DE MARKETING.....	19
10.1. LA POSICIÓN ESTRATÉGICA.....	19
10.1.1. ESTRATEGIA COMPETITIVA.....	19
10.1.2. DIFERENCIALES.....	20
10.1.3. POSICIONAMIENTO.....	21
10.2. SERVICIO.....	22
10.3. PRECIO.....	23
10.4. DISTRIBUCIÓN.....	23
10.5. PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN.....	25
10.5.1. NOMBRE DE LA EMPRESA.....	25
10.5.2. SLOGAN Y LOGOTIPO.....	26
10.5.3. PLAN DE MEDIOS Y PRESUPUESTO.....	27
11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	32
12. BIBLIOGRAFÍA.....	35
13. ANEXOS.....	38

## **6.1 ÍNDICE DE FIGURAS**

FIGURA 1. PÁGINA WEB INSTITUCIONAL.....	25
FIGURA 2. LOGO DE ORIEN.AL.....	27

## **6.2 ÍNDICE DE TABLAS**

TABLA 1. PRECIO POR SERVICIOS ADICIONALES.....	23
TABLA 2.CRONOGRAMA DE CAMPAÑAS DE LANZAMIENTO Y CRECIMIENTO.....	30
TABLA 3. PRESUPUESTO AÑO 1- CAMPAÑA LANZAMIENTO.....	31
TABLA 4. PRESUPUESTO PROYECTADO 5 AÑOS.....	31



## 7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

En el ámbito empresarial, ORIEN.AI representa una confluencia innovadora entre la tecnología avanzada y los sectores de la educación y orientación vocacional. Este modelo integra el uso de tecnologías emergentes, en particular los transformadores generativos pre-entrenados de inteligencia artificial, cuya adopción ha experimentado un crecimiento exponencial desde el año 2023. Este fenómeno se evidencia claramente en el caso de Chat-GPT, un producto tecnológico pertinente, que logró sobrepasar la cifra de un millón de usuarios activos en los primeros 5 días posteriores a su lanzamiento en noviembre de 2022. Dicho logro es significativo, especialmente considerando que Chat-GPT se ha posicionado como la segunda aplicación de mayor crecimiento a nivel mundial, alcanzando la impresionante cifra de 100 millones de usuarios en un periodo de tan solo dos meses. Techopedia. (2023). "Chat GPT Statistics."

ORIEN.AI se establece como una plataforma avanzada que emplea la inteligencia artificial para facilitar y reducir el estrés durante el proceso de toma de decisiones relacionado con la elección de carreras universitarias y programas de posgrado. Esta herramienta está especialmente diseñada para asistir a estudiantes de nivel bachillerato y a profesionales que se encuentran en la búsqueda de programas de maestría en el extranjero. Su aplicación en este contexto busca proporcionar una orientación vocacional efectiva y personalizada, fundamentada en el análisis de datos y métodos de pre-entrenamiento como "fine tuning", una técnica avanzada en la que un modelo de inteligencia artificial se ajusta y se especializa aún más para tareas específicas.

En el contexto de la orientación vocacional y la decisión estudiantil, que constituye un ámbito crítico en el desarrollo educativo y profesional de los individuos, la toma de decisiones vocacionales emerge como un desafío considerable. Este desafío se ve exacerbado por la diversidad de opciones de carreras y la evolución constante del mercado laboral. La presión de tomar decisiones informadas y oportunas, que repercuten significativamente en el futuro profesional y personal, se intensifica ante la incertidumbre y la carencia de información adecuada, especialmente en países de América Latina como Colombia, Perú y Ecuador. Este panorama conduce a menudo a una decisión estudiantil deficiente, donde los estudiantes optan por carreras o programas educativos que no corresponden a sus habilidades, intereses o las exigencias del mercado laboral, resultando en una disonancia entre las decisiones de carrera y los perfiles individuales. Tal disonancia puede desencadenar insatisfacción profesional, bajo rendimiento y una elevada tasa de cambio de carrera o abandono de estudios.

Ante esta situación, Sotomayor-Llamas (2023) subraya la necesidad de proporcionar orientación y apoyo adecuados, teniendo en cuenta los intereses personales, aptitudes, habilidades, perspectivas laborales, influencias sociales y familiares, así como valores y expectativas culturales. La comprensión de estos factores es crucial para ayudar a los estudiantes a tomar decisiones informadas y significativas que les permitan un desarrollo profesional óptimo y encontrar satisfacción en su vida laboral. Por tanto, es esencial abordar este problema mediante la implementación de herramientas y métodos que proporcionen una orientación vocacional efectiva, como los sistemas de inteligencia artificial, que pueden jugar un papel vital en la facilitación de decisiones más informadas y alineadas con las aspiraciones y capacidades de los estudiantes.

Para corroborar la información presentada, se llevó a cabo un estudio empírico mediante la aplicación de una encuesta a 419 estudiantes de primero a tercero de bachillerato. Los resultados revelaron que más del 50% de los encuestados experimenta niveles elevados de estrés al contemplar su futuro universitario. Además, aproximadamente el 60% de los estudiantes indicaron incertidumbre respecto a la elección de su carrera universitaria y la institución donde cursarán sus estudios superiores.

Por otro lado, la problemática de la deserción universitaria constituye un fenómeno global que trasciende las distinciones entre instituciones educativas públicas o privadas, las especialidades académicas elegidas, e incluso las modalidades de estudio. Según datos del Ministerio de Educación Colombiano (Dominguez, L. 2023), cinco de cada diez estudiantes no completan sus estudios universitarios. En Ecuador, la indecisión de muchos estudiantes acerca de sus futuros contribuye al constante aumento del abandono universitario, actualmente posicionado en un preocupante 48% (Mena, 2021). En Perú, un estudio revela que la deserción universitaria persiste como un problema no resuelto, con tasas significativas en comparación con otros países latinoamericanos (ResearchGate)." Esta situación subraya la necesidad de abordar de manera integral las causas fundamentales de la deserción estudiantil en la región.

Adicionalmente, se efectuaron entrevistas con profesionales especializados en educación y orientación vocacional. Este enfoque metodológico se fundamenta en la estrecha relación de la plataforma ORIEN.AI con la orientación vocacional. Es imprescindible poseer un conocimiento profundo y claro del tema para afinar adecuadamente el modelo de inteligencia artificial de la plataforma. El objetivo es que dicho modelo sea competente en

asistir a sus usuarios a identificar las carreras universitarias que mejor se alineen con sus preferencias, intereses y rasgos de personalidad.

En el ámbito de esta investigación, también se incluyó a los padres de los estudiantes de bachillerato, dado que, si bien los usuarios directos de ORIEN.AI son estos jóvenes, los clientes finales son sus padres. Esto se debe a su interés intrínseco en el futuro profesional de sus hijos y al hecho de que son ellos quienes, en la mayoría de los casos, financian la educación universitaria de los mismos. Por lo tanto, su perspectiva y su participación activa en la investigación resultan esenciales para comprender de manera integral la dinámica y las necesidades en la toma de decisiones educativas y vocacionales dentro del núcleo familiar.

El desarrollo del producto mínimo viable (MVP) se basó en la utilización de la plataforma Chat-GPT de Open AI, que en noviembre de 2023 introdujo la herramienta GPT's. Esta herramienta permite a los usuarios premium generar modelos especializados en temas concretos mediante un proceso de pre-entrenamiento denominado "fine tuning". En este contexto, el modelo se enriqueció con información exhaustiva sobre una variedad de carreras universitarias, prácticas en el ámbito de la orientación vocacional, incluyendo tests de personalidad, y datos sobre universidades en Norteamérica y Europa.

El MVP se sometió a pruebas con estudiantes de tercer año de bachillerato. Durante la evaluación, los alumnos interactuaron con la plataforma durante un período continuo de 45 minutos, registrando un promedio de 45 mensajes en cada interacción entre el usuario y la plataforma. Los resultados mostraron que los estudiantes encontraron la plataforma intuitiva y fácil de usar. En entrevistas previas al testeo, los estudiantes indicaron que ya tenían experiencia en el uso de herramientas similares, aunque no específicamente enfocadas en

orientación vocacional. Estos hallazgos sugieren una familiaridad y receptividad previas hacia tecnologías similares, lo que facilitó su adaptación y compromiso con la nueva plataforma.

## **8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO**

### **Objetivo General**

Estructurar un modelo de negocio innovador orientado a ofrecer servicios personalizados y asesoramiento impulsado por inteligencia artificial que facilite la elección de carreras universitarias entre jóvenes estudiantes próximos a graduarse, garantizando un enfoque adaptado a sus habilidades e intereses.

### **Objetivos Específicos**

- Implementar la metodología de Design Thinking identificando oportunidades de innovación y diferenciación en el servicio, garantizando que la solución planteada esté alineada con el dolor del usuario.
- Realizar un análisis del mercado y la competencia mediante un alcance exploratorio mixto con el fin de estimar la demanda y las tendencias actuales en servicios de asesoramiento vocacional dirigidos a estudiantes de secundaria próximos a graduarse recopilando información crítica de grupos de interés.
- Establecer la misión, visión, valores y estructura organizacional de la empresa, definiendo claramente las áreas de funcionamiento, roles esenciales del personal y procedimientos de gestión administrativa considerando implementación de indicadores clave de rendimiento.

- Detallar el funcionamiento operativo de la plataforma, mecanismos y recursos esenciales para su funcionamiento considerando actores aliados, y puntos diferenciadores sobre la competencia.
- Desarrollar una campaña de marketing altamente efectiva durante el primer año para establecer a la empresa como la principal plataforma de orientación vocacional por inteligencia artificial en Ecuador, Perú y Colombia.
- Analizar el aspecto financiero del proyecto, que incluya presupuesto, planeación y evaluación para determinar la rentabilidad y viabilidad del mismo a través de distintas herramientas e indicadores (TIR y VAN).

## **9. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO**

El modelo de negocio de ORIEN.AI se fundamenta en la aplicación de la tecnología de inteligencia artificial para transformar y modernizar el proceso de orientación vocacional. Este enfoque no se limita únicamente a la orientación vocacional, sino que se extiende a facilitar integralmente el proceso completo: desde la toma de decisiones sobre carreras y elección de universidades hasta simplificar el procedimiento de aplicación y admisión a instituciones de educación superior. Este último aspecto es particularmente relevante, dado que el proceso de admisión universitaria suele representar una fuente considerable de estrés para los jóvenes.

La incorporación de la inteligencia artificial en ORIEN.AI ejemplifica la creciente tendencia de esta tecnología en revolucionar diversas industrias, incluyendo el sector educativo. La adopción de esta tecnología en el ámbito educativo es fundamental, ya que permite no sólo mantenerse a la vanguardia en términos de innovación, sino también mejorar significativamente la eficacia y la eficiencia de los procesos educativos y de orientación, alineándose con las necesidades y expectativas contemporáneas de los estudiantes.

En el marco de esta propuesta, se desarrollaron seis documentos distintos, cada uno correspondiente a diferentes áreas de gestión: Design Thinking, Investigación de Mercado, Estudio Administrativo, Estudio Técnico, Plan de Marketing y Estudio Financiero. Estos documentos contienen información exhaustiva y detallada sobre los procesos realizados y las investigaciones llevadas a cabo para alcanzar el resultado final del proyecto ORIEN.AI. Aunque cada documento se centra en su respectiva área de gestión y expone los procesos desarrollados de manera independiente, existe una interconexión intrínseca entre ellos, dado que todos pertenecen a la misma propuesta de negocio.

En el ámbito de Design Thinking, las etapas de empatizar, definir y validar resultaron esenciales para identificar y confirmar las dificultades enfrentadas por los estudiantes en la



toma de decisiones sobre su futuro universitario y profesional, incluyendo el abandono de estudios y la elección de carreras insatisfactorias. Esta problemática se ve agravada por los complejos procesos de admisión, especialmente para estudiantes interesados en estudiar en el extranjero, donde trámites como la documentación y el visado aumentan el estrés. La implementación de la inteligencia artificial surge como una solución indispensable para estos desafíos, ayudando a adaptar las respuestas a las necesidades específicas de los usuarios.

En la etapa de Investigación de Mercado, la información recolectada resultó esencial para profundizar en las percepciones, pensamientos y emociones de los estudiantes y profesionales acerca de los desafíos identificados en la fase de Design Thinking. Este proceso incluyó la evaluación de opiniones sobre soluciones potenciales, enriqueciendo la comprensión del problema. Las encuestas realizadas confirmaron que las inquietudes expresadas por los primeros entrevistados resonaban con un grupo más amplio, validando así las preocupaciones iniciales. Además, las adaptaciones realizadas en base a la retroalimentación de mentores y expertos en el campo contribuyeron significativamente a la configuración de un producto que no solo es viable, sino que también está adaptado a las necesidades y expectativas del mercado objetivo.

En el Estudio Administrativo y de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se definió la misión, visión y los valores de ORIEN.AI. Establecer estos elementos clave proporcionó una base sólida para los objetivos que la empresa se propone alcanzar, asegurando la alineación de todas las operaciones y estrategias con su propósito central. Esta definición es crucial para mantener el enfoque de ORIEN.AI en su meta de innovar en el campo de la orientación vocacional mediante la inteligencia artificial.

En el Estudio Técnico de ORIEN.AI, la tarea principal fue diseñar el proceso de producción de la plataforma y que esta funcione de la mejor manera de acuerdo con el usuario final, centrado en evaluar la funcionalidad y eficiencia de la plataforma. Esta fase

implicó un análisis detallado para asegurar que la plataforma estuviera correctamente entrenada y libre de fallos en su desarrollo. Además, se realizaron pruebas con usuarios finales, esenciales para validar que la experiencia de usuario se alinee con las expectativas y patrones de interacción de los jóvenes, garantizando así una orientación vocacional efectiva y adaptada.

En el Plan de Marketing de ORIEN.AI, se llevaron a cabo las cuatro P 's del marketing: precio, producto, plaza y promoción, y se destacó por su importancia estratégica en las 4 fases de posicionamiento; expectativa, posicionamiento, crecimiento y evaluación. Esta estructuración facilitó el desarrollo de estrategias de mercado específicas para ORIEN.AI, incluyendo la creación de un plan de medios y la definición de un presupuesto para campañas de lanzamiento. El objetivo del Plan de Marketing es posicionar a la herramienta como la primera en su clase en ser un recurso esencial que contribuirá de manera significativa al desarrollo educativo y profesional de la sociedad en cada país.

En el ámbito del Estudio Financiero, se determinó que el aspecto más relevante del proyecto ORIEN.AI desde este enfoque es su viabilidad. Se efectuó un análisis financiero proyectando una vida útil de cinco años para el modelo de negocio. Basado en las investigaciones realizadas en las gerencias previas, se identificó la necesidad de una inversión inicial de \$53.707,02, valor que será financiado en parte por sus accionistas (53,45%) y por otra un préstamo bancario a un plazo de 36 meses (46,55%). En términos de viabilidad financiera, la Tasa Interna de Retorno (TIR) calculada fue de 28,60%, superando significativamente la Tasa Mínima Aceptable de Retorno (TMAR) de 12,91%. Además, el Valor Actual Neto (VAN) estimado para el proyecto es de \$48.606,17, lo que indica una perspectiva financiera positiva para ORIEN.AI en el horizonte temporal considerado.

## **10. GERENCIA DE PLAN DE MARKETING**

### **10.1. LA POSICIÓN ESTRATÉGICA**

La plataforma de orientación vocacional ORIEN.AI, respaldada por inteligencia artificial, emerge como la primera en su clase. Su enfoque localizado y compromiso inquebrantable con la excelencia la posicionan como un referente en la mente de los consumidores ecuatorianos, colombianos y peruanos. El objetivo principal de ORIEN.AI es brindar orientación educativa precisa y personalizada, convirtiéndose en la primera opción tanto para estudiantes como para padres y educadores. Con el objetivo de establecerse como un recurso esencial, contribuirá de manera significativa al desarrollo educativo y profesional de la sociedad en cada país.

La adaptabilidad de ORIEN.AI se reflejará en su capacidad para abordar las necesidades específicas de los estudiantes, ofreciendo un entorno cómodo y flexible para su desarrollo académico y profesional, considerando las características culturales y educativas distintivas de cada país. Al alinearse con tendencias de responsabilidad social como lo son los ODS, la plataforma contribuye no solo al éxito académico, sino también al desarrollo sostenible de la sociedad ecuatoriana, peruana y colombiana. Esto establece una conexión más profunda con los usuarios, mostrando el compromiso de la plataforma con el progreso educativo y profesional en la región.

#### **10.1.1. ESTRATEGIA COMPETITIVA**

ORIEN.AI destaca al utilizar inteligencia artificial para proporcionar respuestas personalizadas y detalladas a las preguntas de estudiantes sobre sus futuras carreras. El enfoque se centra en estudiantes de 15 a 18 años que están a punto de graduarse o recién graduados, ofreciendo un servicio único para explorar las carreras del futuro y satisfacer las

necesidades específicas de este grupo. La estrategia de ORIEN.AI se fundamenta en aspectos *diferenciadores y un enfoque preciso*, como su capacidad de personalización a gran escala, manejo exacto de datos y conexión específica entre los intereses y oportunidades estudiantiles. Además, la plataforma se presenta como intuitiva y fácil de usar, especialmente diseñada para la Generación Z, nuestro segmento de usuarios principal.

### 10.1.2. DIFERENCIALES

- ***Personalización a gran escala*** siendo una plataforma impulsada por inteligencia artificial de vanguardia, los usuarios podrán interactuar para recibir recomendaciones y guías adaptadas a sus necesidades y aspiraciones profesionales específicas.
- ***Almacenamiento y ordenamiento de datos*** teniendo en cuenta la naturaleza del servicio, se genera un almacenamiento y ordenamiento de datos precisos, en torno a los intereses y el perfil de los usuarios.
- ***Facilidad de uso*** en la plataforma con una estética básica, optimiza la interacción del usuario para que sea fluida y agradable. Este enfoque asegura una experiencia intuitiva y cómoda para el nicho objetivo siendo la generación Z
- ***Confort y seguridad*** desde la elección de la carrera hasta el proceso de admisión, te garantiza una experiencia simple sin complicaciones.

- *Uso de GPT's y técnica de Fine Tuning* para el entrenamiento del modelo sobre la orientación vocacional, información universitaria, etc. garantizando que el sistema aprenda de grandes volúmenes de información relevante.

### **10.1.3. POSICIONAMIENTO**

La propuesta está dirigida a jóvenes bachilleres de 15 a 18 años, pertenecientes al estrato socioeconómico A en Ecuador, Colombia y Perú. La plataforma se diseña exclusivamente para aquellos que buscan orientación vocacional. ORIEN.AI desempeña el papel de guía, conectando a los estudiantes con un camino específico según sus características individuales. Ofrece un seguimiento personalizado y amigable, brindando información precisa y adaptada a sus intereses.

Esta orientación integral se enfoca en aliviar el estrés de los estudiantes y padres de familia, proporcionando una experiencia más fluida y menos angustiante en la elección de carreras universitarias. La plataforma se destaca por su personalización a gran escala, almacenamiento seguro y preciso de datos, vinculación entre intereses y carreras posibles en un catálogo de universidades nacionales e internacionales, facilitando el uso para la generación Z, implementando inteligencia artificial de vanguardia para el aprendizaje constante sobre los intereses del estudiante y brindar una orientación completa y detallada. Por este motivo la plataforma se posiciona como un recurso esencial e integral para la selección de la carrera universitaria de los jóvenes bachilleres, que a su vez aborda las necesidades específicas en su viaje hacia la toma de decisiones educativas y profesionales en los tres países mencionados.

## **10.2. SERVICIO**

ORIEN.AI es una plataforma avanzada de orientación personalizada con un enfoque integral, destacándose por su capacidad para adaptarse a las necesidades individuales de los usuarios y ofrecer recomendaciones basadas en un análisis detallado. Este enfoque optimiza la experiencia de orientación, proporcionando confianza a los clientes y simplificando la complejidad para los usuarios que buscan asesoramiento en sus decisiones académicas y profesionales. Por ese motivo el servicio a ofrecer es Freemium el cual se detalla de la siguiente manera:

### **Versión Gratuita:**

- Proporciona respuestas precisas y detalladas a preguntas personalizadas de los estudiantes.
- Desglosa información relevante sobre carreras de educación superior.
- Ofrece una visión completa y realista de la trayectoria educativa y profesional de cada individuo.

### **Servicios Premium:**

Se contará con 3 tipos de paquetes:

- Básico: Informe detallado de aptitudes y orientación vocacional.
- Estándar: Evaluación detallada de aptitudes, orientación vocacional y apoyo en el proceso de aplicación y admisión en universidades nacionales.
- Pro: Evaluación detallada de aptitudes, orientación vocacional y asistencia completa en el proceso de aplicación y admisión en universidades internacionales.

El compromiso de ORIEN.AI es brindar orientación educativa de calidad, impulsando el éxito académico y profesional de cada estudiante.

### **10.3. PRECIO**

La estrategia de fijación de precios que se implementará consistirá en ofrecer paquetes premium para nuestro segmento de clientes. Esta estrategia implica proporcionar versiones del servicio con características adicionales y exclusivas. Los clientes que buscan una experiencia premium estarán dispuestos a pagar por estos beneficios adicionales manteniendo la experiencia personalizada.

*Tabla 1. Precio por servicios adicionales*

<b>SERVICIO</b>	<b>PRECIO</b>
<b>Informe vocacional y aptitudes</b>	<b>16,00</b>
<b>Informe vocacional y aptitudes + asistencia de llenado de formularios y admisión en Universidad Nacional</b>	<b>75,00</b>
<b>Informe vocacional y aptitudes + asistencia de llenado de formularios y admisión en Universidad Internacional</b>	<b>160,00</b>

*Fuente: elaboración propia*

### **10.4. DISTRIBUCIÓN**

La estrategia de distribución de ORIEN.AI se concibe como un pilar fundamental para maximizar su visibilidad y atraer tanto a estudiantes como a padres de familia en su viaje hacia decisiones educativas y profesionales fundamentadas. Durante la investigación de mercado, se constató un considerable mercado potencial en Perú, Colombia y Ecuador, con

una población combinada de 415.551 estudiantes de bachillerato. Esta cifra representa una oportunidad significativa para llegar a una amplia audiencia en estos países.

Por lo expuesto previamente, para la distribución se utilizarán plataformas claves como Instagram para estudiantes y Facebook para padres. En Instagram, se desarrollarán anuncios dinámicos y visuales, destacando la funcionalidad única de la plataforma a través de preguntas personalizadas, mientras que en Facebook, el enfoque será informativo, mostrando por qué ORIEN.AI es la elección ideal para guiar a los estudiantes en la toma de decisiones educativas acertadas.

Por otro lado, se establecerá una comunicación directa y efectiva con instituciones educativas aliadas, mediante presentaciones informativas dirigidas a padres, educadores y estudiantes. Este enfoque busca resaltar cómo ORIEN.AI puede marcar la diferencia significativa en la toma de decisiones de carreras.

Además, se contará con una participación activa en eventos educativos, como ferias y conferencias, será otra estrategia clave. A través de stands interactivos donde los estudiantes y padres, podrán experimentar en tiempo real la funcionalidad de ORIEN.AI y dialogar con nuestro equipo para resolver cualquier inquietud.

Finalmente, se tendrá una página web integral donde se presentará detalladamente toda la oferta de servicios, proporcionando un recurso centralizado para acceder a la información necesaria. Esta estrategia holística de distribución busca asegurar que ORIEN.AI sea accesible y relevante en cada paso del viaje educativo y profesional de los estudiantes en Colombia, Ecuador y Perú.





*Figura 1. Página web institucional*

*Fuente: elaboración propia*

## **10.5. PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN**

### **10.5.1. NOMBRE DE LA EMPRESA**

El nombre comercial de la empresa será ORIEN.AI y su razón social ORIEN.AI S.A.S.

Durante el proceso creativo del nombre se buscó esta combinación que refleja la innovadora propuesta de utilizar la inteligencia artificial como herramienta central en el proceso de orientación vocacional. Esta relación simboliza el compromiso de brindar un servicio preciso y detallado, adaptándose a las necesidades únicas de cada estudiante. Al aprovechar la inteligencia artificial, la plataforma no solo ofrece información, sino que crea un proceso interactivo y enriquecedor que guía a los estudiantes hacia decisiones informadas sobre sus trayectorias académicas y profesionales.

La fusión de "orientación" y "artificial intelligence" en español e inglés, se seleccionó estratégicamente para lograr una fonética armoniosa y ligera. Esta elección se basa en la observación de una clara preferencia por nombres en inglés durante las pruebas, aportando a una identidad que resuena de manera efectiva con nuestro público objetivo.

### **10.5.2. SLOGAN Y LOGOTIPO**

El diseño exclusivo del logo de ORIEN.AI fusiona la esencia de una brújula, un símbolo clásico de orientación, con un toque tecnológico expresado en el tono azul. La brújula, interpretada de manera tecnológica, simboliza la dirección clara y precisa que la inteligencia artificial aporta al proceso de orientación vocacional. El azul, estratégicamente seleccionado, representa atributos fundamentales para ORIEN.AI: confianza, sabiduría y eficiencia. En el contexto del servicio, el azul simboliza la fiabilidad y solidez inherentes a la orientación proporcionada por la plataforma respaldada por inteligencia artificial. Este tono no sólo comunica la fusión armoniosa entre la tradición simbolizada por la brújula y la modernidad de la inteligencia artificial, sino que también transmite un mensaje de confianza y sabiduría en el proceso de toma de decisiones educativas y profesionales de los estudiantes en Ecuador, Perú y Colombia. Además, la palabra "ORIEN.AI" se presenta en mayúsculas y en un tono negro elegante justo debajo del símbolo, añadiendo sofisticación y resaltando la seriedad y eficacia de la plataforma.



*Figura 2. Logo de ORIEN.AI*

*Fuente: elaboración propia*

### **10.5.3. PLAN DE MEDIOS Y PRESUPUESTO**

Al ser una propuesta nueva en el mercado, se desarrolló un plan de medios meticulosamente diseñado que guiará a ORIEN.AI como marca a no solo ser un recurso, sino un compañero de confianza en cada etapa crucial de la toma de decisiones. El plan se dividirá en cuatro etapas, el cual se desarrolla de la siguiente manera:

#### **Fase 1: Expectativa**

En la fase de expectativa, se enfocará en destacar de manera contundente los atributos distintivos del servicio, consolidándose como pioneros en la formalización de la orientación

vocacional mediante el empleo de inteligencia artificial y mecanismos dinámicos. Este enfoque no solo busca introducir una innovación revolucionaria en la orientación educativa, sino también potenciar el desarrollo de habilidades estudiantiles de manera adaptativa y personalizada..

La estrategia se enfocará en una sólida presencia en redes sociales, con contenido interactivo como se muestra en el (Anexo 2) y pautas digitales para atraer a posibles clientes y ampliar la base de seguidores. En Instagram, se generarán anuncios dinámicos y visuales que resaltan la funcionalidad única de la plataforma. Simultáneamente, en Facebook, se adoptará un enfoque informativo, destacando por qué ORIEN.AI es la elección ideal para guiar a los estudiantes en la toma de decisiones educativas. Además, se implementarán estrategias orgánicas para subrayar los beneficios del software y su impacto en la educación. Estas tácticas buscan dirigir a los usuarios hacia el sitio web, donde se recopilarán datos de clientes interesados en el servicio futuro.

Como última medida antes del lanzamiento, se llevarán a cabo trabajos de Relaciones Públicas para generar presencia en medios tradicionales, incluyendo entrevistas en radios y cobertura de medios, así como publicidad digital. Esta estrategia integral busca no solo crear anticipación, sino también establecer una base sólida para el lanzamiento del software, generando confianza y credibilidad entre los colegios y estudiantes.

## Fase 2: Posicionamiento

Al finalizar la fase de expectativa, se planificará un evento oficial de la cual se extenderán invitaciones a orientadores vocacionales, gerentes de empresas y representantes de

instituciones educativas privadas. Este evento se concibe como una oportunidad única para presentar detalladamente el nuevo servicio, destacando sus valores y beneficios de manera integral. Más allá de simplemente motivar adquirirlo, nos proponemos establecer un diálogo constructivo con los participantes, fomentando un entendimiento profundo de cómo ORIEN.AI puede transformar positivamente el proceso de toma de decisiones educativas.

Durante este mes de intensa actividad, nos centraremos no solo en estrategias de Relaciones Públicas, sino también en tácticas de marketing de contenido que resalta la singularidad y eficacia de nuestro servicio. La presencia online será maximizada a través de diversos canales, comunicando de manera efectiva no solo la propuesta de valor de ORIEN.AI, sino también la identidad empresarial que respalda nuestra visión educativa innovadora. Este enfoque estratégico tiene como objetivo generar un impacto duradero y fortalecer la confianza de los potenciales usuarios en nuestra plataforma.

### Fase 3: Crecimiento y fidelización

Una vez generada la base de datos de nuestro segmento, se implementará una campaña de concienciación. El enfoque se centra en motivar a los usuarios a aprovechar las ventajas del servicio premium, elevando así su experiencia y fortaleciendo su conexión con la plataforma. A su vez, se buscará fortalecer la relación con los usuarios destacando el lema de la empresa "hecha por estudiantes para estudiantes", ya que refuerza la idea de comunidad y pertenencia. Al resaltar que la plataforma fue creada por estudiantes para estudiantes, se enfatiza la cercanía y empatía con las necesidades y desafíos del público objetivo reforzando la conexión emocional con la marca y aumentar la lealtad de los usuarios.

## Fase 4: Evaluación

En esta etapa, se evaluará el impacto global de todas las campañas publicitarias y medios utilizados, junto con el análisis detallado de los ingresos y ventas, para determinar la efectividad de las acciones realizadas. Además, se llevará a cabo una evaluación continua de la satisfacción del cliente para obtener retroalimentación sobre la atención y servicios.

A continuación, se detalla en cuadros el cronograma expuesto tanto para la campaña de lanzamiento del primer año como la campaña de crecimiento para el segundo año.

*Tabla 2. Cronograma de Campañas de lanzamiento y crecimiento*

CAMPAÑA DE LANZAMIENTO	AÑO 1											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Pauta Instagram	MC	MC	MC	MC	MC	MC	MC	MC	MC	MC	MC	MC
Pauta Facebook	MC	MC	MC	MC	MC	MC	MC	MC	MC	MC	MC	MC
Produccion de contenido	4V											4V
Relaciones Publicas	1V											1V
Evento de lanzamiento	1V											
CAMPAÑA DE CRECIMIENTO	AÑO 2											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Pauta Instagram	MC	MC	MC	MC	MC	MC	MC	MC	MC	MC	MC	MC
Pauta Facebook	MC	MC	MC	MC	MC	MC	MC	MC	MC	MC	MC	MC
Produccion de contenido	4V											4V
Relaciones Publicas	1V											1V

*Fuente: elaboración propia*

Para poder entender el cuadro, se especifica el significado de los símbolos colocados en cada uno, donde:

- MC: Mes completo
- MM: Medio mes
- 1V: 1 vez al mes (en el evento de lanzamiento solo se hará 1 vez y relaciones públicas de las misma manera 1 vez en los dos meses especificados)
- 4V: 4 veces al mes

## Presupuesto

En relación al presupuesto que se presenta en la tabla 3, es importante tener en cuenta que durante el primer año se llevará a cabo una inversión superior a los años siguientes, dado que es el primer año de la marca en el mercado. Por esta razón, se destinará una inversión de \$16,350.00 en marketing y publicidad. Además, como se mencionó anteriormente, se llevará a cabo un evento oficial para el lanzamiento, con una inversión de \$6,000. Este valor también se refleja en los montos de la inversión inicial, específicamente en el flujo de caja. En cuanto a los años siguientes y considerando que ORIEN.AI ya contará con presencia de marca, el presupuesto experimentará un aumento del 8%, como se detalla en la tabla 4.

Tabla 3. Presupuesto año 1- Campaña lanzamiento

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	AÑO 1												TOTAL	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Merchandising	330,0									320,0				650,0
Hosting	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	40,0	400,0
Pagina Web (mantenimiento)	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	110,0	1.100,00
Produccion de contenido	900,0		450		510,0			450,0			600,0	600,0		2.310,00
Pauta Digital	1.200,0	1.200,0	900,0	540,0	450,0	450,0	450,0	450,0	450,0	600,0	900,0	1.200,00		6.690,00
Relaciones Publicas	800,0										800,0			1.600,00
Evento de lanzamiento	6.000,0													6.000,00
<b>TOTAL</b>														<b>22.350,00</b>

*Fuente: elaboración propia*

Tabla 4. Presupuesto proyectado 5 años

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	AÑO				
	1	2	3	4	5
Gerencia de Marketing	22.350,00	17.658,00	19.070,64	20.596,29	22.243,99

*Fuente: elaboración propia*

## 11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El modelo de negocios desarrollado surge a partir de la problemática de la elección de una carrera para ingresar a la educación superior, que representa un desafío complejo y una fuente significativa de estrés para los jóvenes peruanos, colombianos y ecuatorianos. A esta problemática se suma la complejidad inherente al proceso de aplicación a universidades, especialmente en el extranjero, dificultad que frecuentemente se agrava por la falta de orientación e información adecuada. Por ese motivo, ORIEN.AI se presenta como una plataforma avanzada de orientación personalizada que se distingue por su enfoque integral. Su destacada capacidad radica en su habilidad para ajustarse a las necesidades individuales de los usuarios, proporcionando recomendaciones fundamentadas en un minucioso análisis.

El proceso de investigación de mercado para ORIEN.AI ha sido sumamente enriquecedor, brindando una comprensión profunda de las necesidades y aspiraciones de los estudiantes en la elección de carreras universitarias. La positiva receptividad de los usuarios hacia el proyecto y sus aportes espontáneos fue un impulso motivador para seguir adelante con el desarrollo del modelo de negocio. Este respaldo evidencia una clara demanda y necesidad en el ámbito de la orientación vocacional, no porque no existan servicios similares en el mercado, sino porque ORIEN.AI busca ofrecer una forma única y personalizada de guía en este crucial proceso de toma de decisiones académicas y profesionales.

En el mercado, ORIEN.AI se distingue por múltiples diferenciadores, evitando convertirse en una opción más. Para destacar estos aspectos únicos, es crucial adoptar un enfoque claro y una estrategia que permita dedicar el tiempo necesario para comprender a fondo el mercado al que nos dirigimos. El posicionamiento de la marca no se logra de manera instantánea; buscamos que la comunidad estudiantil, especialmente los jóvenes con aspiraciones académicas y profesionales, identifiquen a ORIEN.AI como su recurso personalizado para la toma de decisiones educativas y profesionales. La meta es que los



usuarios perciban la plataforma como más que una simple herramienta, sino como su aliado confiable en el proceso de orientación. No sólo ofrece respuestas personalizadas, sino también apoyo integral en su desarrollo educativo y profesional. La plataforma se esfuerza por proporcionar una experiencia donde los usuarios se sientan identificados y atendidos con los más altos estándares de calidad, respaldados con la infraestructura y los recursos necesarios para facilitar su camino hacia un futuro exitoso.

En el ámbito administrativo, se fomenta un entorno colaborativo donde cada colaborador, desde orientadores hasta programadores, está estrechamente alineado con la cultura y valores fundamentales de ORIEN.AI. Nuestra filosofía se basa en la dedicación compartida hacia la excelencia, la innovación y la responsabilidad social. Este compromiso no solo se traduce en resultados eficientes, sino que también se refleja en nuestra contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), particularmente el ODS 4 (Educación de calidad), ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), ODS 10 (Reducción de las desigualdades), ODS 12 (Producción y consumo responsables) y ODS 17 (Alianzas para lograr objetivos), se busca no solo mejorar la vida de los usuarios, sino también tener un impacto positivo en la sociedad.

En cuanto a los resultados del estudio financiero, se confirma la viabilidad de ORIEN.AI, con un Valor Actual Neto (VAN) positivo de \$48,606.17 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 28.60%, superando la Tasa Mínima Aceptable de Retorno (TMAR) del 12.91% en un horizonte temporal de cinco años. Estos indicadores respaldan la solidez financiera del proyecto, indicando que la inversión inicial de \$53,707.02 generará retornos sólidos y sostenibles. Estos resultados son fundamentales para guiar las decisiones gerenciales y ofrecen una perspectiva prometedora para el éxito de ORIEN.AI en el mercado.

A manera de reflexión personal, para el desarrollo de esta propuesta, la importancia del trabajo en equipo se manifestó como un pilar fundamental para el éxito. Cada integrante desempeñó un papel crucial en la construcción y consolidación del proyecto. En momentos en los que creíamos que habíamos completado la idea del plan de negocio, surgieron aportes externos que nos instaron a replantear completamente el modelo, a cuestionarnos nuevamente. Esto nos permitió comprender que no hay que “casarnos con la idea” siempre existirán margen para mejorar, el surgimiento de ideas nuevas incluso presentar desafíos que nos impulsan. En esencia, este proceso implica mirar más allá de lo ya conocido, identificar catalizadores que nos saquen de nuestra zona de confort.

## **RECOMENDACIONES**

En este modelo de negocio, el primer año es crucial para determinar la supervivencia del proyecto. En este sentido, se recomienda realizar inversiones estratégicas en ventas y marketing, especialmente enfocadas en los mercados de Ecuador, Perú y Colombia. Estas inversiones deben estar dirigidas específicamente a estudiantes de bachillerato, con el fin de captar su interés y generar conciencia sobre la plataforma de orientación vocacional por inteligencia artificial. Adicionalmente, a medida que el proyecto se consolida, se podría explorar la oportunidad de ampliar el segmento objetivo a profesionales interesados en estudios de maestría en estas ubicaciones. Esta expansión estratégica permitiría adaptarse a las demandas cambiantes del mercado en la región, brindando una mayor amplitud de servicios y oportunidades de crecimiento para la empresa.

## 12. BIBLIOGRAFÍA

Anif. (2023, 18 julio). Las clases sociales en Colombia. *Diario La República*.

<https://www.larepublica.co/analisis/anif-3478852/las-clases-sociales-en-colombia-un-analisis-a-partir-del-ingreso-per-capita-3660555>

Así está la pirámide de la educación | Cambio Colombia. (2022). *Así está la pirámide de la educación*.

Arana, J. (2023, 3 de junio). Boom de la inteligencia artificial. *El Debate*.

[https://www.eldebate.com/cultura/20230603/boom-inteligencia-artificial\\_118905.html](https://www.eldebate.com/cultura/20230603/boom-inteligencia-artificial_118905.html)

Carrasco, A. (2023, 8 febrero). *Más de 8.000 estudiantes peruanos salen a estudiar al extranjero*. La Cámara.

<https://lacamara.pe/mas-de-8-000-estudiantes-peruanos-salen-a-estudiar-al-extranjero/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20sondeo%20realizado%20por,carrera%20en%20universidades%20del%20extranjero>.

Cosculluela, F. (2023). Innovación Educativa. Cómo la inteligencia artificial mejora el rendimiento académico. LinkedIn.

<https://www.linkedin.com/pulse/innovaci%C3%B3n-educativa-c%C3%B3mo-la-inteligencia-artificial-mejora-lnw4e/?originalSubdomain=es>

*Datos abiertos del Ministerio de Educación del Ecuador*. (s. f.).

De Estadística Y Censos, I. N. (s. f.-b). *Encuesta de Estratificación del Nivel*

*Socioeconómico*. Instituto Nacional de Estadística y Censos.

El Universal. (2024). "Así se mueven los estudiantes colombianos por el mundo". *El Universal*.

El Tiempo. (2023). "Tristes estadísticas de deserción universitaria: mitad de estudiantes no se gradúa". El Tiempo.

La Hora. (2023). "Cada vez más jóvenes viajan a estudiar en el exterior".

La República. (2024). Las clases sociales en Colombia: un análisis a partir del ingreso per cápita.

<https://www.larepublica.co/analisis/anif-3478852/las-clases-sociales-en-colombia-un-analisis-a-partir-del-ingreso-per-capita-3660555>

Mena, M. (2021). Análisis de causas de la deserción temprana de estudiantes de educación superior.

Ríos, M. (2022, 26 agosto). Cuáles son las regiones con mayor y menor número de bachilleres. Gestión.

<https://gestion.pe/economia/management-empleo/las-regiones-con-mayor-y-menor-numero-de-bachilleres-segun-sunedu-fedu-carreras-profesionales-estudiantes-universitarios-profesionales-peruanos-educacion-noticia/?ref=gesr>

Vasquez, A. (2023). La deserción universitaria: un problema no resuelto en el Perú. *Research Gate*.

De Ceupe, B. (2019, 6 febrero). Ceupe. *Ceupe*.

<https://www.ceupe.com/blog/estrategias-de-precios-en-el-marketing-mix.html>

Moreno, J. (2023, 11 abril). Qué es un plan de marketing y cómo crearlo (incluye plantillas).

*HUBSPOT*. <https://blog.hubspot.es/marketing/generador-plan-de-marketing>

Petrova, A. (2023, 24 mayo). *Guía definitiva para crear una estrategia de marketing de contenidos*. Semrush Blog.

[https://es.semrush.com/blog/estrategia-marketing-contenidos-guia-semrush/?kw=&cmp=LM\\_SRCH\\_DSA\\_Blog\\_ES&label=dsa\\_pagefeed&Network=g&Device=c&utm\\_content=678247162221&kwid=dsa-2232567166781&cmpid=19249322807&agpid=152775993537&BU=Core&extid=109453792166&adpos=&gad\\_source=1&gclid=Cj0KCQiA-62tBhDSARIsAO7twbYpdPHvTwlCAYRDEr86m3uxoecEiv11\\_G\\_L1SIc\\_5KrC\\_bpByoA16saAlfIEALw\\_wcB](https://es.semrush.com/blog/estrategia-marketing-contenidos-guia-semrush/?kw=&cmp=LM_SRCH_DSA_Blog_ES&label=dsa_pagefeed&Network=g&Device=c&utm_content=678247162221&kwid=dsa-2232567166781&cmpid=19249322807&agpid=152775993537&BU=Core&extid=109453792166&adpos=&gad_source=1&gclid=Cj0KCQiA-62tBhDSARIsAO7twbYpdPHvTwlCAYRDEr86m3uxoecEiv11_G_L1SIc_5KrC_bpByoA16saAlfIEALw_wcB)

Zendesk. (2024, 4 enero). Fidelización de clientes: 3 técnicas indispensables. *Zendesk MX*.

<https://www.zendesk.com.mx/blog/fidelizacion-clientes/#:~:text=Mejora%20la%20reputaci%C3%B3n%20de%20la,y%20referencias%20de%20nuevos%20clientes.>

Hernández, B., & Hernández, B. (2022, 14 abril). *Cómo hacer un presupuesto de marketing en 6 pasos + plantilla y ejemplos*.

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/como-hacer-presupuesto-de-marketing-plantilla>

Molano, J. (2024, 11 enero). Posicionamiento de marca: qué es, cómo crearlo y ejemplos.

*HUBSPOT*. <https://blog.hubspot.es/marketing/posicionamiento-marca>

Fórmate.es. (2021, 7 julio). *Conoce los beneficios de una página web*.

<https://www.formate.es/blog/consejos/conoce-los-beneficios-de-una-pagina-web/>

Botey, P., & Botey, P. (2022, 23 febrero). *Las 4 p del marketing: qué son, cuáles, para qué sirven y ejemplos*.

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-4-p-del-marketing-que-debes-conocer>

## 13. ANEXOS

### *Anexo 1. Visualización de los paquetes de servicio*

Paquete	Icono	Nombre	Precio (tarifa única)	Servicios Incluidos
Básico		Básico	\$16	<ul style="list-style-type: none"><li>Informe vocacional</li><li>Informe detallado de aptitudes</li></ul>
Estándar		Estándar	\$75	<ul style="list-style-type: none"><li>Informe vocacional</li><li>Informe detallado de aptitudes</li><li>Guía de apoyo en el proceso aplicación</li><li>Gestión en la admisión de universidades nacionales</li></ul>
Pro		Pro	\$160	<ul style="list-style-type: none"><li>Informe vocacional</li><li>Informe detallado de aptitudes</li><li>Guía de apoyo en el proceso aplicación</li><li>Gestión en la admisión de universidades internacionales</li></ul>

*Fuente: elaboración propia*

Anexo 2. Redes sociales



Fuente: elaboración propia