



Ganar primeros clientes para: CiberUnidos: Mapeamos riesgos, generamos confianza

1. Identificación del Cliente Ideal:

Se definieron los perfiles clave de los primeros usuarios del sistema:

Ciudadanos en comunidades vulnerables: Aquellos preocupados por la seguridad en sus barrios y dispuestos a reportar incidentes, por ejemplo: las mujeres, los niños y adultos mayores.

Instituciones gubernamentales locales: Oficinas de seguridad ciudadana aceptadas en tomar decisiones informadas basadas en datos como la policía y otras empresas de seguridad.

ONGs y asociaciones comunitarias: Organizaciones que trabajan en la reducción de la violencia y prevención del delito.

2. Campaña de Marketing Inicial:

a) Presentación del Valor del Proyecto:

Talleres Comunitarios: Se organizaron talleres demostrativos en zonas vulnerables y reuniones con autoridades locales para mostrar cómo el chatbot facilita la recolección de datos y géneros de informes útiles.

Eventos con líderes comunitarios: Invitación a juntas de acción comunitaria para destacar el impacto de la herramienta en la planificación de seguridad local.

b) Contenido Digital:

Creación de una página web: en esta se incluyen demostraciones interactivas del chatbot y ejemplos de mapas de calor en acción.

Redes Sociales: Publicaciones dirigidas a ciudadanos y gobiernos locales, destacando casos de éxito hipotéticos, como la disminución del crimen en áreas específicas tras usar el sistema.

. Pruebas gratuitas:

Periodo piloto de tres meses: El chatbot estaría disponible sin costo en dos comunidades urbanas y una zona rural.

Capacitación gratuita: A usuarios clave, como líderes comunitarios y funcionarios de seguridad, para maximizar el uso de la plataforma.



Reportes personalizados: Las instituciones recibieron análisis gratuitos basados en los datos recolectados durante el período de prueba.

Testimonios y Referencias:

Ciudadanos satisfechos: clientes que pudieron reportar incidentes de manera rápida y recibir alertas en tiempo real.

Entidades gubernamentales: Valoraron la precisión de los mapas de calor y las predicciones para planificar patrullajes.

Los testimonios fueron recopilados y utilizados en presentaciones y campañas digitales para atraer nuevos usuarios.

Resultados simulados

1. Primeros Clientes Adquiridos:

Ciudadanos: 300 usuarios activos en dos barrios urbanos y una zona rural.

Instituciones: 2 alcaldías locales y 1 ONG de seguridad.

Empresas privadas: 1 empresa de transporte interesada en reducir incidentes en sus rutas.

2. Ingresos Generados:

Facturación inicial: \$8,000 USD en suscripciones de instituciones y empresas privadas.

Proyecciones: Incremento del 25% en ingresos para el próximo trimestre debido a nuevos contratos y expansión del sistema a más zonas.

3. Impacto Inicial en el Mercado:

Retroalimentación:

Requisitos para mayor personalización del chatbot según el perfil del usuario.

Petición de alertas automatizadas más frecuentes y mejor integración con sistemas locales.

Testimonios destacados:

“El mapa de calor nos permitió identificar un patrón en los horarios de los robos y ajustar las patrullas.” — Alcaldía de San Pedro.

“Por primera vez sentimos que nuestras preocupaciones tienen un impacto real en la mejora de nuestra seguridad”. — Ciudadano usuario del Chatbot.

4. Base Sólida para Crecimiento:



Validación: Los datos recopilados y los testimonios positivos ayudaron a construir una reputación confiable.

Escalabilidad: Las pruebas iniciales demostraron la viabilidad del sistema para expandirse a más comunidades e instituciones.