

01 / 13 COLEGIO MUTUALISTA SHISHILO

Propuesta de acompañamiento digital

Comunicación, identidad y tecnología para acompañar el crecimiento del colegio, desde el nivel inicial hasta el secundario.

ARS 480.000 mensuales finales · Impuestos incluidos · Período inicial de 6 meses

Desde Neuraz proponemos un servicio mensual que reúna el desarrollo de la web, la comunicación institucional y la automatización de tareas. Un plan continuo, con prioridades claras y herramientas que el equipo del colegio pueda utilizar.

El objetivo es acercar la propuesta educativa a más familias, acompañar las consultas de inscripción y facilitar la publicación de lo que sucede en la institución.

01 Qué proponemos

Un servicio integrado para los tres niveles.

Rediseñar la web con un gestor de contenidos, fortalecer la identidad del colegio, unificar sus redes y construir un circuito de publicación desde correo o formulario. El servicio incorpora plantillas, corrección de textos asistida por IA, un tablero de tareas y mejoras administrativas progresivas.

La estrategia y las piezas de campaña se planifican dentro del alcance mensual, con especial atención a las oportunidades de inscripción del turno tarde que confirme la institución.

02 Cómo trabajaremos

Prioridades mensuales y puesta en marcha por etapas.

Comenzaremos por la web y las consultas de inscripción. Continuaremos con marca y redes, la campaña del turno tarde y las automatizaciones. Cada mes acordaremos entregables y revisaremos avances con un referente del colegio.

El abono incluye la puesta en marcha, sin cargo inicial adicional, y un cupo compartido de ocho unidades de producción editorial. La institución aporta información, fotografías y materiales, y aprueba su publicación.

03 La inversión y sus condiciones

\$480.000 mensuales finales. Período inicial de seis meses.

ARS 480.000 por mes, impuestos incluidos. Pago anticipado del día 1 al 5 y período mínimo inicial de seis meses. El importe se revisa cada seis meses, acordando el nuevo valor según costos y alcance.

Hosting, dominio, gestor de contenidos, automatización e IA se pagan aparte con presupuesto previo aprobado. La inversión en anuncios y su gestión también se cotizan por separado. El capítulo de inversión detalla los límites editoriales, plazos y exclusiones.

La propuesta en una mirada

Qué recibirá el colegio, cómo avanzará el trabajo y cuál es la inversión propuesta.

Proponemos que el colegio cuente con un acompañamiento estable para comunicar su valor, mejorar sus herramientas y organizar su actividad digital. La implementación será gradual y abarcará inicial, primaria y secundaria.

Alcance de un vistazo

Línea de trabajo	Resultado buscado
Web y consultas	Información vigente y un recorrido claro hacia la inscripción.
Marca y redes	Una identidad coherente y una presencia común para los tres niveles.
Contenidos	Plantillas, textos cuidados y publicación coordinada.
Tareas y automatización	Responsables visibles y menos cargas repetitivas.
Campañas	Mensajes pertinentes y seguimiento de nuevas consultas.

01 Condiciones principales

Inversión, producción y coordinación.

- ARS 480.000 mensuales finales, impuestos incluidos.
- Seis meses mínimos, puesta en marcha incluida y pago anticipado del 1 al 5.
- Ocho unidades editoriales mensuales para todo el colegio: flyer o placa, una unidad; carrusel de hasta cinco placas, dos; noticia redactada desde cero, una.
- Dos adaptaciones simples y dos rondas de correcciones por pieza.
- Tres reuniones mensuales de hasta 60 minutos.
- Atención de lunes a viernes, de 15 a 17 h; primera respuesta dentro de dos días hábiles.

Las unidades sin utilizar no se acumulan. Los pedidos excedentes pasan al mes siguiente y consumen su cupo. Tecnología y publicidad se abonan aparte. No se incluye edición de video.

02 Qué necesita aportar la institución

Un referente, materiales y validación.

Un referente para coordinar y consolidar aprobaciones, responsables por nivel, información actualizada sobre la oferta y las vacantes, acceso autorizado a los canales y materiales con permiso de uso.

El colegio atiende las consultas de admisión y revisa el contenido automatizado antes de publicarlo. Neuraz mantiene las herramientas y acompaña su utilización.

03 Cómo evaluaremos el avance

Entregables, consultas y funcionamiento.

Revisaremos publicaciones realizadas, entregables aceptados, consultas por nivel y turno, tiempos de atención, visitas e inscripciones confirmadas por el colegio. Las metas se fijarán a partir de una línea de base real.

La comunicación puede contribuir a la captación; la matrícula también depende de vacantes, horarios, propuesta educativa, atención y decisiones familiares.

Punto de partida institucional

Hacer visible el valor educativo de Shishilo y facilitar que cada familia encuentre la información que necesita.

El colegio reúne una trayectoria educativa, pertenencia a AMEUNSE y vínculos con la comunidad universitaria. Proponemos transformar esa base en una comunicación clara para quienes ya conocen la institución y para las familias que se acercan por primera vez.

01 Trayectoria y comunidad

Una identidad con historia y continuidad educativa.

La historia institucional sitúa el origen en una guardería en 1998, la apertura del jardín en 2001, la primaria en 2008 y la secundaria en 2015. La oferta comprende los tres niveles y el sitio informa una orientación secundaria en Ciencias Naturales, a ratificar en el relevamiento.

La pertenencia a AMEUNSE y la articulación con la UNSE son atributos que pueden comunicarse mediante experiencias concretas, indicando a qué niveles y actividades corresponden.

02 Información y canales

Coherencia entre la web, las redes y admisiones.

La revisión pública preliminar encontró diferencias entre las superficies consultadas: páginas web indexadas con referencias a inscripciones 2025 y datos residuales de plantilla, frente a un Instagram activo con una pieza de matrícula 2027. El perfil se presenta como secundario, mientras la web abarca los tres niveles.

El acceso directo a la web presentó un error de certificado. Los hallazgos del índice deberán contrastarse con el sitio en vivo antes de intervenir. No se verificó el funcionamiento de formularios ni se accedió a datos internos.

El primer trabajo será validar contactos, horarios, turnos, ciclo lectivo, requisitos y canales oficiales, y mantener una fuente común de información.

03 Oportunidad del turno tarde

Comprender públicos y motivos de elección.

El diagnóstico contrastará la posible incidencia de la cercanía de la UNSE y la compatibilidad horaria en la elección del turno mañana, y las oportunidades de captación del turno tarde entre familias externas a la universidad.

Se relevarán matrícula, capacidad y vacantes por nivel, grado y turno. Una diferencia en cantidad de alumnos no permite, por sí sola, explicar la demanda ni comparar la ocupación.

Las campañas destacarán beneficios verificables. También se revisarán horarios, costos, acceso y motivos de consultas que no se concretaron, para distinguir necesidades de comunicación de condiciones de la oferta.

04 Fuentes y alcance del relevamiento

Referencias públicas consultadas el 25 de septiembre de 2026.

- Colegio Shishilo · Historia (<https://colegioshishilo.edu.ar/historia-2/>)
- Colegio Shishilo · Contacto y oferta educativa (<https://colegioshishilo.edu.ar/contacto/>)
- UNSE · Inicio del ciclo 2026 (<https://www.unse.edu.ar/la-comunidad-educativa-del-colegio-shishilo-le-dio-la-bienvenida-al-ciclo-2026/>)
- Instagram del colegio (<https://www.instagram.com/colegioshishilo/>)

Este relevamiento es una aproximación pública. La etapa inicial incorporará la validación de las autoridades y la información institucional necesaria para definir prioridades.

04 / 13 PRIMERA PRIORIDAD

Web y consultas de inscripción

Un sitio que explique la propuesta educativa, permita actualizar contenidos y acompañe el primer contacto de las familias.

Rediseñaremos y desarrollaremos la web institucional con un gestor de contenidos. La primera prioridad será facilitar el acceso a información vigente y a un canal de consulta atendido por el colegio.

01 Contenido y estructura

Una institución, tres niveles y recorridos claros.

- Presentación institucional y propuesta educativa.
- Inicial, primaria y secundaria, con turnos y oferta confirmados.
- Historia, pertenencia mutualista y comunidad.
- Novedades, actividades y calendario acordado.
- Admisiones, preguntas frecuentes y contacto.

La información aclarará quién puede inscribirse, las condiciones de ingreso y cualquier requisito de afiliación que corresponda. El turno tarde tendrá un recorrido de consulta identificable donde exista oferta y disponibilidad.

02 Gestor y autonomía

Actualizar la información con un proceso sencillo.

Seleccionaremos el gestor con la institución según facilidad de uso, permisos, mantenimiento, integración y costo. Incluiremos configuración, organización de contenidos y capacitación para las tareas habituales.

El alcance de páginas y migración se acordará al relevar el sitio actual. Se cuidarán el uso móvil, la accesibilidad básica, los datos para buscadores, enlaces relevantes y la continuidad de las direcciones que corresponda conservar.

03 Recorrido de admisiones

Desde la consulta hasta su seguimiento.

La familia accede a la información del nivel, consulta y recibe una respuesta del responsable institucional. El colegio podrá registrar estados como nueva consulta, en contacto, visita acordada e inscripción confirmada.

El objetivo es que ninguna consulta quede sin responsable. La atención y las decisiones de admisión pertenecen al colegio; Neuraz facilita las herramientas y su seguimiento.

04 Cómo se verificará la entrega

Un recorrido probado y un equipo capacitado.

La primera versión se revisará con contenidos aprobados, navegación móvil y una consulta de prueba recibida por el responsable. Se demostrará la actualización de contenido en el gestor y se documentará el uso básico.

El nuevo sitio no incluye la construcción de un campus académico, una plataforma de calificaciones ni un sistema integral de administración escolar.

Identidad y comunicación institucional

Una marca reconocible para las familias, con mayor claridad, legibilidad y coherencia entre los tres niveles.

Proponemos revisar la identidad visual y el modo de presentar la oferta. La comunicación dirigida a madres, padres y tutores dará prioridad a la experiencia educativa, sus evidencias y las razones concretas para elegir Shishilo.

01 Evaluación de la identidad actual

Ordenar símbolos y jerarquías de información.

La muestra pública revisada combina un sello con varios elementos, placas institucionales, fotografías y flyers densos en información. El diagnóstico profundizará en su legibilidad, consistencia y reconocimiento en tamaños pequeños.

Se propondrá un sistema visual con criterios para logotipo, tipografía, color, fotografía y composición. Inicial, primaria y secundaria compartirán una identidad, con recursos para distinguir sus contenidos.

02 El lugar del mutualismo en la oferta

Explicar su valor para públicos diversos.

Evaluaremos qué aspectos de la identidad mutualista se traducen en beneficios reconocibles para las familias. Su presencia en la comunicación se vinculará con prácticas educativas, experiencias de comunidad y ventajas efectivamente vigentes.

La propuesta educativa ocupará el primer plano, acompañada por el respaldo de AMEUNSE. Las entrevistas permitirán conocer si el público comprende esa relación y los requisitos de acceso, sin dar por supuesto que existe rechazo o exclusividad.

03 Color y posibles asociaciones

Una dirección a estudiar con la institución.

Los códigos multicolores pueden remitir a símbolos distintos según el público, incluida la bandera de la diversidad sexual. Se estudiará si esa asociación dificulta reconocer el origen mutualista; no contamos con evidencia de un efecto negativo sobre las inscripciones.

Se propone explorar una paleta acotada con un color predominante, entre ellos el rojo, conservando una expresión cercana, sobria y respetuosa de la identidad institucional. La selección se validará con las autoridades.

El nombre Shishilo está vinculado a un cuento de Dante Cayetano Fiorentino. Cualquier interpretación adicional sobre su significado requerirá documentación antes de incorporarse a la marca.

04 Entregables y decisiones

Evolución visual, guía de uso y plantillas.

El trabajo comprende diagnóstico, dirección conceptual, propuesta de evolución visual, guía breve de aplicación y biblioteca editable de plantillas. Se desarrollará dentro de la planificación por etapas.

Un cambio de nombre o un rebranding integral con despliegue físico requiere una decisión y un alcance específicos. La propuesta inicial prioriza una evolución coherente de la identidad existente.

06 / 13 ALCANCE MENSUAL

Contenidos y producción editorial

Una biblioteca de plantillas y un cupo editorial definido para publicar con continuidad y cuidar la calidad.

El colegio aporta información y materiales con autorización de uso. Neuraz prepara textos y piezas dentro del cupo mensual, con corrección asistida por IA y criterios visuales comunes.

Ocho unidades mensuales para todo el colegio

Entrega	Consumo del cupo
Flyer o placa individual	1 unidad
Carrusel de hasta cinco placas	2 unidades
Noticia redactada desde cero	1 unidad
Carga automática de una noticia aprobada	No descuenta diseño
Publicar la misma pieza en otra red	No descuenta otra creación

01 Adaptaciones y correcciones

Dos adaptaciones simples y dos rondas por pieza.

Cada pieza incluye hasta dos adaptaciones simples de formato y dos rondas de correcciones. Una ronda reúne las observaciones del colegio en una devolución consolidada.

Una adaptación mantiene el concepto y ajusta formato o extensión. Un concepto nuevo o un rearmado sustancial constituye una nueva solicitud. Los carruseles de más de cinco placas requieren definir el alcance antes de producirlos.

02 Uso del cupo y excedentes

Un límite compartido, sin acumulación.

Las ocho unidades corresponden al conjunto del colegio. Por ejemplo, cuatro flyers y dos carruseles de hasta cinco placas utilizan el cupo completo.

Los pedidos que excedan el cupo pasan al mes siguiente y consumen unidades de ese mes. Las unidades no utilizadas vencen al finalizar el mes y no se acumulan. La programación se acuerda según prioridades y material disponible.

03 Plantillas y cuidado editorial

Novedades, eventos, inscripciones y comunicados.

Desarrollaremos progresivamente plantillas para novedades, actividades, eventos, inscripciones, comunicados y logros o testimonios autorizados. La IA asistirá en ortografía, síntesis, títulos y adaptación de extensión.

En las piezas encargadas a Neuraz, revisaremos claridad y composición. Las autoridades validarán nombres, fechas, anuncios e información educativa. En los contenidos automatizados, el colegio revisa y aprueba antes de publicar.

04 Plazos y límites

Primera entrega en tres días hábiles.

La primera entrega de un flyer o placa se realizará en tres días hábiles desde recibir el material completo y acordar su lugar en el calendario. Los trabajos más complejos tendrán un plazo específico.

Las urgencias se atenderán según disponibilidad, reordenando prioridades y sin garantía de entrega inmediata, dentro del cupo. No se ofrece producción audiovisual presencial ni edición de reels o videos. La publicación de videos ya terminados se definirá por separado.

Redes unificadas y publicación

Unificar los canales de Shishilo y facilitar la distribución del contenido aprobado.

El objetivo es una presencia oficial por plataforma que represente los tres niveles, con identidad, enlaces y calendario comunes. Cada nivel conservará visibilidad dentro del sistema institucional.

01 Unificación de cuentas

Inventario, perfiles principales y transición.

Relevaremos las cuentas del colegio, responsables y audiencias. Acordaremos perfiles principales, nombres, biografías, avatares y enlaces, y un plan para orientar a las familias desde los canales anteriores.

La transición depende de las funciones de cada plataforma; no se presupone una fusión de seguidores o historiales. Los cierres se acordarán específicamente. Las cuentas de AMEUNSE, como entidad distinta, no se absorben automáticamente.

02 Del correo a los canales

Un envío de material y un proceso de aprobación.

1. Un responsable habilitado envía la información por correo o formulario.
2. Se registra una solicitud con nivel, fecha, canales y responsable.
3. La herramienta prepara borradores y versiones basadas en plantillas.
4. El colegio revisa hechos, imágenes y destinos, y aprueba.
5. El contenido se programa o publica en los canales habilitados.
6. Se registra el resultado y se revisan los errores de envío.

La automatización evitará duplicaciones y mantendrá visibles las publicaciones pendientes. Los desarrollos se implementarán y probarán por etapas.

03 WhatsApp y alcance de las integraciones

Elegir el canal adecuado y comprobar su funcionamiento.

Evaluaremos atención de consultas, avisos a destinatarios adheridos o un Canal de WhatsApp. Cada modalidad tiene requisitos e integraciones diferentes.

La publicación automática se habilitará donde los permisos y las herramientas lo permitan. Si un Canal no dispone de una integración adecuada, se preparará el mensaje y la tarea para publicarlo. No se promete automatización universal de todos los formatos.

04 Responsabilidades de publicación

Aprobación institucional y mantenimiento técnico.

El colegio revisa y aprueba el contenido automatizado. Neuraz mantiene el flujo, controla su funcionamiento y coordina las piezas incluidas en el servicio. Las autorizaciones de imagen y uso de materiales corresponden a la institución.

La atención individual de admisiones y los mensajes diarios de familias quedan a cargo del colegio. La gestión humana diaria de comentarios o mensajes no está incluida.

Tareas y mejora administrativa

Saber qué se está haciendo, quién debe intervenir y qué falta para completar cada solicitud.

Configuraremos un tablero compartido para organizar comunicación y proyectos. Sobre esa base, priorizaremos automatizaciones pequeñas que resuelvan tareas concretas y puedan medirse.

01 Tablero de solicitudes

Responsables, fechas y estados acordados.

Cada pedido tendrá responsable, prioridad, fecha deseada, adjuntos y criterio de finalización. Los estados propuestos son: recibido, por completar, priorizado, en producción, en revisión, aprobado o programado, y terminado.

Un bloqueo indicará qué información falta y quién puede resolverlo. Las observaciones y aprobaciones quedarán asociadas al pedido, facilitando la coordinación entre niveles.

02 Primer proceso a automatizar

Seguimiento de consultas de inscripción.

Recomendamos comenzar por recepción, asignación de consultas, recordatorios internos y actualización de estados. Antes de implementar, documentaremos el recorrido, los responsables y las excepciones.

Una consulta de prueba deberá registrarse, llegar al responsable y avanzar de estado sin perderse entre canales. Las decisiones y respuestas de admisión seguirán bajo responsabilidad institucional.

03 Evolución por necesidades

Un proceso a la vez, con alcance definido.

Después podrán evaluarse solicitudes internas, agenda de entrevistas, coordinación de eventos y recordatorios. Se elegirá un proceso por vez dentro de las prioridades mensuales.

Una plataforma integral de cobranzas, legajos o calificaciones requiere un proyecto específico. La lista de oportunidades no implica que todos los procesos se desarrollen durante el primer período.

09 / 13 DEL INTERÉS A LA CONSULTA

Campañas y crecimiento de matrícula

Mostrar razones concretas para elegir Shishilo y acompañar a las familias durante su decisión.

Participaremos en el concepto, los mensajes y las piezas de campaña, dentro del alcance mensual. La prioridad será atender vacantes confirmadas, con especial atención al turno tarde y a familias sin vínculo previo con la UNSE.

01 Mensajes para cada etapa

Una marca común y contenido pertinente.

En inicial, exploraremos experiencias cotidianas, acompañamiento y vínculo familiar. En primaria, proyectos y continuidad de la trayectoria. En secundaria, orientación, participación y proyección futura.

Los mensajes se respaldarán con material real. La relación con AMEUNSE y la UNSE se explicará mediante beneficios y experiencias aplicables al nivel y turno que se promueve.

02 Recorrido de una familia

Información, respuesta, visita e inscripción.

La campaña conectará el contenido con información del nivel, un canal de consulta, una respuesta institucional y el siguiente paso: visita, entrevista o inscripción según corresponda.

Se identificarán los enlaces de origen y se acordarán responsables de seguimiento. La captación se coordinará con la capacidad real de atención del colegio.

03 Indicadores de avance

Medir oportunidades y resultados reales.

Indicadores para revisar con la institución

Qué observaremos	Cómo se registra
Consultas por nivel, turno y origen	Formulario y tablero
Tiempo de respuesta y pendientes	Registro de atención
Visitas e inscripciones confirmadas	Información del colegio
Ocupación del turno tarde	Matrícula sobre capacidad confirmada
Continuidad de publicaciones	Calendario y resultados por canal

Se distinguirán nuevas incorporaciones de traslados internos. Las metas se acordarán después del relevamiento; no se garantiza un porcentaje de aumento de matrícula.

04 Publicidad paga

Una contratación independiente.

La estrategia y las piezas de campaña forman parte de la capacidad y el cupo acordados. La inversión en anuncios y el trabajo de configurar y gestionar campañas publicitarias se cotizan aparte.

Plan de trabajo y coordinación

Un orden de prioridades compartido y entregables verificables en cada etapa.

El orden propuesto es web y consultas de inscripción, marca y redes, campaña del turno tarde y automatización. Las fechas se acordarán tras relevar accesos, materiales, alcance y responsables.

01 Las cuatro etapas

De la información institucional a la automatización.

1. Web y consultas. Validación de datos, estructura, gestor, recorrido de admisiones y primera versión con pruebas.
2. Marca y redes. Evolución de identidad, plantillas, perfiles oficiales y transición de cuentas.
3. Campaña del turno tarde. Mensajes y piezas para vacantes confirmadas, con registro de consultas y revisión de resultados.
4. Automatización. Piloto de correo a borrador y publicación, extensión a canales viables y un proceso administrativo priorizado.

El período inicial de seis meses permite distribuir la puesta en marcha. Los desarrollos se dimensionan dentro del plan mensual; no se promete completar varios proyectos extensos simultáneamente.

02 Reuniones y solicitudes

Tres encuentros mensuales y un tablero compartido.

Se incluyen tres reuniones mensuales de hasta 60 minutos. Un referente del colegio concentrará materiales y devoluciones, con participación de responsables por nivel.

El tablero reunirá pedidos, prioridades y aprobaciones. Se revisará lo entregado, lo pendiente y los bloqueos. Una urgencia podrá desplazar una tarea prevista cuando exista disponibilidad.

03 Atención y tiempos de respuesta

Lunes a viernes de 15 a 17 h, hora argentina.

La primera respuesta a una solicitud llegará dentro de dos días hábiles en esa franja. Confirmará recepción y próximos pasos; no implica resolución inmediata.

La primera entrega de flyers o placas tendrá un plazo de tres días hábiles desde recibir el material completo y acordar su lugar en el calendario. Las fechas de proyectos y trabajos más complejos se establecerán específicamente.

04 Validación de entregables

Comprobar el resultado antes de darlo por terminado.

La web se verifica con un recorrido de consulta y una edición de prueba en el gestor. Las redes, con perfiles oficiales y enlaces coherentes. La automatización, con un contenido aprobado que llegue al destino y un resultado registrado. El tablero, con una solicitud que pueda asignarse, revisarse y cerrarse.

Las cuentas permanecerán bajo control institucional. Se acordarán archivos, documentación, licencias y condiciones de continuidad de las herramientas.

Inversión y condiciones del servicio

Un abono mensual para sostener la comunicación y avanzar en proyectos con un alcance acordado.

Honorario mensual

\$480.000 ARS / mes

Precio final, impuestos incluidos. Puesta en marcha incluida por etapas, sin cargo inicial adicional.

Condiciones económicas

Período inicial	6 meses mínimos
Pago	Anticipado, del día 1 al 5 de cada mes
Revisión del importe	Cada 6 meses, de común acuerdo según costos y alcance
Tecnología	Aparte, con presupuesto previo aprobado
Publicidad	Inversión en anuncios y gestión publicitaria aparte

01 Qué comprende el abono

Acompañamiento, desarrollo gradual y producción.

Planificación y coordinación; desarrollo web con gestor por definir; evolución de identidad y plantillas; unificación de redes; producción y programación editorial dentro del cupo; tablero de tareas; estrategia de campañas; automatizaciones progresivas y mantenimiento del flujo implementado.

Se incluyen ocho unidades editoriales mensuales para todo el colegio, dos adaptaciones simples y dos rondas de correcciones por pieza, y tres reuniones mensuales de hasta 60 minutos.

02 Reglas del cupo editorial

Equivalencias y tratamiento de excedentes.

Flyer o placa: una unidad. Carrusel de hasta cinco placas: dos. Noticia redactada desde cero: una. La carga automática de noticias aprobadas y la publicación de una misma pieza en varios canales no descuentan otra creación.

Los pedidos excedentes pasan al mes siguiente consumiendo su cupo. Las unidades no utilizadas vencen al finalizar el mes. Cambios de concepto son nuevas solicitudes; carruseles mayores requieren definición previa.

03 Costos externos y exclusiones

Alcances que se presupuestan de forma independiente.

Hosting, dominio, CMS, automatización e IA se pagan aparte, previa aprobación del presupuesto. Se informarán costos fijos y variables antes de contratar herramientas.

No se incluye edición de reels o videos, producción audiovisual presencial, cobertura de eventos, atención humana diaria de mensajes, impresión o cartelería, nuevo campus académico ni sistemas integrales de cobranzas o legajos.

La inversión publicitaria y la gestión de anuncios se cotizan aparte. Un cambio de nombre o rebranding integral con despliegue extendido requiere un alcance específico.

04 Condiciones para comenzar

Acordar el plan y habilitar el trabajo.

La puesta en marcha requiere confirmar el alcance, designar referentes, acordar el inicio y facilitar accesos autorizados y materiales. La tecnología y las fechas de hitos se elegirán en el diagnóstico inicial.

Los detalles de entrega, licencias, finalización, renovación y avisos de revisión se acordarán antes de formalizar el servicio. Esta presentación es una propuesta comercial para evaluación de la institución.

El equipo de Neuraz

Una mirada de diseño y formación técnica para construir herramientas digitales que respondan a necesidades concretas.

Combinamos diseño, desarrollo web y automatización. Nuestro trabajo parte de comprender el funcionamiento de la institución, acordar prioridades y construir soluciones que su equipo pueda utilizar y mantener actualizadas.

Emil R. González - Diseñador y Desarrollador

Romina Lescano - Desarrolladora Web · Lic. en Sistemas

01 Cómo acompañamos al colegio

Una relación de trabajo con seguimiento.

Neuraz prepara y desarrolla las soluciones acordadas, organiza los pedidos y explica sus avances. El colegio aporta el conocimiento institucional, valida los contenidos y conserva el control sobre sus cuentas.

Las reuniones, el tablero y la documentación facilitarán la continuidad del trabajo y las decisiones sobre el siguiente paso.

02 Conocer más sobre Neuraz

Servicios y trabajos publicados.

Puede consultar nuestros servicios, trabajos y presentación del equipo en neuraz.ar (<https://neuraz.ar/>).

Estamos en Santiago del Estero, Argentina. Para conversar sobre esta propuesta: contacto@neuraz.com o WhatsApp de Neuraz (<https://wa.me/543855963936>).

Próximos pasos

Una conversación inicial para validar prioridades y convertir esta propuesta en un plan compartido.

Proponemos revisar este documento con las autoridades, confirmar las necesidades prioritarias y acordar las condiciones de inicio. El primer resultado será un plan de trabajo con responsables y entregables claros.

01 Información para el primer encuentro

Oferta, canales y responsables.

- Referente que coordinará y aprobará la comunicación, y responsables por nivel.
- Oferta, turnos, vacantes, requisitos y calendario de admisiones.
- Canales oficiales, herramientas actuales y responsables de sus accesos.
- Archivos de marca y materiales institucionales disponibles.
- Recorrido de las consultas y un proceso administrativo que requiera mejora.
- Condiciones y presupuesto de las herramientas que se necesiten.

02 Decisiones que tomaremos en conjunto

Una base concreta para la implementación.

Acordaremos el gestor de contenidos, alcance de páginas y migración, transición de redes, prioridades de marca, tecnologías de publicación y fechas de hitos. También definiremos los detalles de documentación, entrega y continuidad.

La planificación mantendrá el orden web y consultas, marca y redes, campaña del turno tarde y automatización, ajustándolo a la información y necesidades que valide la institución.

Contacto: contacto@neuraz.com • WhatsApp: +54 385 596 3936 • neuraz.ar