

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES
ESCUELA DE CONTADURIA PÚBLICA



PLAN ESTRATEGICO DE VERSO MARKETING DIGITAL, S.A.S.
PERIODO 2023-2027

Presentado por:

TSU, JOSE LEONARDO LOPEZ SOTO

TRUJILLO, VENEZUELA

2023

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES
ESCUELA DE CONTADURIA PÚBLICA



PLAN ESTRATEGICO DE VERSO MARKETING DIGITAL, S.A.S.
PERIODO 2023-2027

Trabajo Especial de Grado para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública

Presentado por:

TSU, JOSE LEONARDO LOPEZ SOTO

Tutor

ING. LILIANA RIVERA

TRUJILLO, VENEZUELA

2023

VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES

VEREDICTO

Nosotros, Prof. Esp. Héctor Antúnez, Prof. Msc. Cristina Vieras y Prof. Msc. Liliana Rivera Artigas, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo Especial de Grado titulado **PLAN ESTRATEGICO DE VERSO MARKETING DIGITAL PERIODO 2023-2027** que presenta el(la) TSU LOPEZ SOTO JOSE LEONARDO, Portador de la C.I. No. 21.342.652, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con: **veinte (20) puntos**, de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Universitario de la Universidad "Valle del Momboy", referente a la evaluación de los Trabajos Especiales de Grado para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública.

En fe de lo cual firmamos en Valera a los nueve días (09) días del mes de junio del año dos mil veintitrés.




Prof. Msc. Cristina Vieras
C.I. 10.910.669
JURADO



Prof. Msc. Liliana Rivera Artigas
C.I. 13.048.877
TUTOR



Prof. Esp. Héctor Antúnez
C.I. 9.364.278
PRESIDENTE DEL JURADO

Prof. Msc. Gilberto Rojas
C.I. 19.285.228
DECANO




Prof. Dra. Ana Linares
C.I. 9.013.217
VICERRECTORA

DEDICATORIA

Este trabajo especial de grado fue dedicada especial a todas aquellas personas que han convivido conmigo quienes han contribuido al crecimiento personal y profesional para ser al quien en la vida. A ellos concedo el honor y honrar la gloria.

Primeramente, a nuestro padre celestial a Dios, porque me dio la oportunidad de culminar el propósito que me trace.

A mi madre, por darme el ser que tengo, en brindarme sus buenos consejos para ser lo que hoy soy.

A mi familia, que han estado siempre pendiente de mí en el lugar que me encuentro.

Gracias a Todos.

AGRADECIMIENTOS

A dios todo poderoso por la oportunidad de vida y salud, por el entendimiento y sabiduría que en mí presto para alcanzar esta meta tan importante y crucial en mi existencia.

A mi madre y abuela, por su incondicional apoyo y amor, por sus esfuerzos y sacrificios para sacarme adelante, por guiarme hacia el mejor camino, gracias por sus consejos y por estar siempre a mi lado llenándome de valores, principios, respeto y responsabilidad.

A mi hermano por ser mi compañero y mano derecha en todo momento, por ayudarme a seguir adelante, porque ha sido un ejemplo a seguir.

A mi familia por ser tan unida quienes siempre han estado compartiendo mis logros.

A mis grandes amistades con los que pase excelentes momentos de alegría, dificultad, esfuerzos, y que contribuyeron en mi formación personal.

A los profesores y profesoras de la Universidad Valle del Momboy por impartir tan importantes conocimientos y ser parte de la formación personal y profesional.

A Verso Marketing Digital por la oportunidad y apoyo que me brindaron para la realización de este trabajo especial de grado.

A todos muchas gracias.

RESUMEN

El plan estratégico tiene como objetivo enfocarse en la empresa Verso Marketing Digital, una agencia especializada en la creación y recarga de cuentas de TikTok Ads. Esta empresa ha logrado establecerse en el mercado y desarrollar una base de clientes estable en países como Chile, Argentina, Uruguay, Ecuador, Perú, México y Colombia, manteniendo su sede principal en Santiago de Chile y una sucursal en Quito, Ecuador. La misión de la empresa es brindar servicios innovadores y creativos para ayudar a empresas pequeñas, medianas y grandes a alcanzar sus metas en el marketing digital, mientras que su visión es proyectarse como una empresa sólida de profesionales comprometidos con su trabajo para brindar servicios de marketing novedosos, innovadores y eficaces a nivel latinoamericano. El objetivo principal del trabajo especial de grado es de vital importancia para Verso Marketing Digital, ya que se enfoca en ayudar a desarrollar nuevas ideas y estrategias innovadoras para sus servicios de marketing digital. El plan estratégico se enfoca en analizar los factores clave de éxito y los desafíos que enfrenta Verso Marketing Digital en su objetivo de brindar soluciones efectivas de publicidad digital a empresas y marcas que buscan promocionar sus productos o servicios en la plataforma TikTok. El resultado de este trabajo especial de grado consiste en la identificación y desarrollo de nuevos servicios que la agencia podrá ofrecer a sus clientes.

Palabras claves: (Plan estratégico, Verso Marketing Digital, TikTok Ads, Publicidad en TikTok, Marketing digital).

ABSTRACT

The strategic plan aims to focus on Verso Digital Marketing, an agency specialized in creating and managing TikTok Ads accounts. This company has managed to establish itself in the market and develop a stable customer base in countries such as Chile, Argentina, Uruguay, Ecuador, Peru, Mexico, and Colombia, while maintaining its main headquarters in Santiago de Chile and a branch in Quito, Ecuador. The company's mission is to provide innovative and creative services to help small, medium, and large businesses achieve their goals in digital marketing, while its vision is to project itself as a solid company of professionals committed to providing novel, innovative, and effective marketing services throughout Latin America. The main objective of the special degree work is of vital importance for Verso Digital Marketing, as it focuses on helping to develop new ideas and innovative strategies for its digital marketing services. The strategic plan focuses on analyzing the key success factors and challenges that Verso Digital Marketing faces in its goal of providing effective digital advertising solutions to companies and brands looking to promote their products or services on the TikTok platform. The result of this special degree work consists of identifying and developing new services that the agency will be able to offer its clients.

Keywords: (Strategic plan, Verso Digital Marketing, TikTok Ads, TikTok Advertising, Digital marketing).

TABLA DE CONTENIDO

INDICE DE TABLAS	12
INDICE DE FIGURAS.....	13
INDICE DE ANEXOS	14
CAPÍTULO I. ASPECTOS GENERALES DEL NEGOCIO.....	15
1.1 Idea actual de negocio/nombre del negocio.....	15
1.2 Descripción del producto/servicio a ofrecer	18
1.3 Equipo de trabajo	20
1.4 Diagnostico organizacional.....	22
1.5 Diagnostico situación contable-financiera.....	26
1.6 Definición del problema.....	28
1.7 Propuesta de valor.....	31
1.7 Objetivos del trabajo de investigación.....	33
1.7.1 Objetivo general.....	33
1.7.2 Objetivos específicos.....	33
CAPÍTULO II. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO	34
2.1 Análisis del macroentorno (PESTEL).....	34
2.1.1. Entorno político	34
2.1.2. Entorno económico	35
2.1.3. Entorno social.....	37
2.1.5. Entorno ecológico.....	39
2.1.6. Entorno legal	39
2.1.7. Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)	40
2.2 Análisis del microentorno del sector: Fuerzas de Porter.....	41
2.2.1. Negociación con proveedores.....	41
2.2.2. Negociación con clientes	41
2.2.3. Rivalidad entre competidores existentes.....	42
2.2.4. Desarrollo potencial de productos sustitutos	43

2.2.5.	<i>Entrada de nuevos competidores</i>	44
2.2.6.	<i>Nivel de atractividad de la industria</i>	44
2.2.7	<i>Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)</i>	45
CAPÍTULO III. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO INTERNO		46
3.1	Modelo de negocio CANVAS.	46
3.2	Análisis funcional de la empresa.	52
3.2.1.	<i>Gerencia de la empresa</i>	52
3.2.2.	<i>Recursos humanos</i>	57
3.2.3.	<i>Investigación y desarrollo</i>	60
3.2.4.	<i>Finanzas</i>	62
3.2.5.	<i>Logística y aprovisionamiento</i>	66
3.2.6.	<i>Operaciones</i>	67
3.2.7.	<i>Marketing y ventas</i>	70
3.2.8.	<i>Servicios postventa</i>	74
CAPÍTULO IV. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS 2023 – 2027.....		75
4.1	Objetivo general 2023-2027.....	75
4.2	Objetivos estratégicos 2023-2027.....	75
4.3	Análisis de los Objetivos estratégicos 2022-2026.	76
CAPÍTULO V.....		83
LA ESTRATEGIA DEL NEGOCIO.....		83
5.1	Formulación de la estrategia	83
5.1.1	<i>Matriz FODA cruzada (MFODA)</i>	83
5.1.2.	<i>Matriz Interna – Externa (MIE)</i>	85
5.2	Selección de la estrategia	87
5.2.1.	<i>Matriz de estrategias Vs objetivos estratégicos</i>	87
5.2.2.	<i>Estrategias seleccionadas</i>	88
CAPÍTULO VI.....		93
PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN		93
6.1.	<i>Plan funcional de marketing</i>	93
6.1.1.	<i>Situación actual de la gerencia de Marketing</i>	93

6.1.2.	<i>Objetivos de marketing</i>	94
6.1.3.	<i>Acciones estratégicas de marketing</i>	95
6.1.4.	<i>Presupuesto</i>	107
6.1.5.	<i>Ejecución de tareas del plan de marketing</i>	109
6.2.	<i>Plan funcional de operaciones</i>	110
6.2.1.	<i>Situación actual de la gerencia de operaciones</i>	110
6.2.2.	<i>Objetivos de operaciones</i>	111
6.2.3.	<i>Desarrollo de la estrategia de operaciones</i>	112
6.2.4.	<i>Presupuesto</i>	113
6.2.5	<i>Ejecución de tareas del plan de operaciones</i>	113
6.3.	<i>Plan funcional de recursos humanos</i>	114
6.3.1.	<i>Situación actual de la gerencia de recursos humanos</i>	114
6.3.2.	<i>Objetivos de recursos humanos</i>	115
6.3.3.	<i>Estrategias</i>	116
6.3.4.	<i>Presupuesto</i>	116
6.3.5	<i>Ejecución de tareas del plan de operaciones</i>	117
6.4.	<i>Plan Contable - Tributario</i>	117
6.4.1.	<i>Situación actual de la gerencia Contable - Tributario</i>	117
6.4.2.	<i>Objetivos de la gerencia Contable - Tributario</i>	118
6.4.3.	<i>Estrategias</i>	119
6.4.4.	<i>Presupuesto</i>	119
6.4.4.	<i>Ejecución de tareas plan Contable – Tributario</i>	120
6.5.	<i>Plan de responsabilidad social empresarial (RSE)</i>	120
6.5.1.	<i>Situación actual de la RSE</i>	120
6.5.2.	<i>Objetivos de RSE</i>	121
6.5.3.	<i>Actividades de RSE</i>	122
6.5.4.	<i>Presupuesto</i>	122
6.4.5.	<i>Ejecución de tareas del plan de RSE</i>	123
6.6.	<i>Plan funcional de finanzas y evaluación financiera</i>	123
6.6.1	<i>Situación actual de la gerencia financiera</i>	123
6.6.2.	<i>Objetivos de finanzas</i>	124
6.6.3.	<i>Inversión en activos (fijos e intangibles). Depreciación y amortización 2023-2027</i>	125

6.6.4. <i>Proyección de ventas 2023-2027</i>	126
6.6.8. <i>Estado de resultado proyectado 2023-2027</i>	127
CONCLUSIONES	130
RECOMENDACIONES	132
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	134
ANEXOS	139

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz MEFE de la agencia Verso Marketing Digital	40
Tabla 2 Matriz MEFI de la agencia Verso Marketing Digital	45
Tabla 3 Cuadro de metas en el area de Gerencia de Recursos Humanos	60
Tabla 4 canal de comunicación	66
Tabla 5 Servicio Post Venta Verso Marketing	74
Tabla 6 Matriz FODA cruzada.....	85
Tabla 7 Resumen MEFE y MEFI	86
Tabla 8 Matriz Interna – Externa	86
Tabla 9 Matriz de estrategia VS objetivos estrategicos	87
Tabla 10 Estrategia de campañas	106
Tabla 11 Presupuesto del plan funcional de marketing	109
Tabla 12 Presupuesto del plan funcional de marketing 2.....	109
Tabla 13 ejecución de tareas en el plan de marketing	110
Tabla 14 Presupuesto del plan funcional de Operaciones.....	113
Tabla 15 Presupuesto del plan funcional de Operaciones 2.....	113
Tabla 16 ejecución de tareas en el plan de operaciones	114
Tabla 17 Presupuesto del plan funcional de recursos rumanos	116
Tabla 18 Presupuesto del plan funcional de recursos rumanos 2	117
Tabla 19 ejecución de tareas en el plan de recursos humanos	117
Tabla 20 Presupuesto del plan funcional Contable – Tributario.....	119
Tabla 21 Presupuesto del plan funcional Contable – Tributario 2.....	120
Tabla 22 tareas en el plan Contable - Tributario	120
Tabla 23 Presupuesto del plan funcional de responsabilidad social empresarial	122
Tabla 24 Presupuesto del plan funcional de responsabilidad social empresarial 2	123
Tabla 25 tareas en el plan de responsabilidad social empresarial	123
Tabla 26 Inversion en activos.....	125
Tabla 27Calculos intermedios.....	125
Tabla 28 Proyeccion de ventas	126
Tabla 29 Proyección de costos y gastos.....	126
Tabla 30 Cálculo de capital de trabajo.....	127
Tabla 31 Estado de resultados proyectado.....	127
Tabla 32 Estado de situación financiera proyectado	128
Tabla 33 Flujo de caja proyectadoTabla	128
Tabla 34 Flujo de caja proyectado 2	129
Tabla 35 Indicadores de rentabilidad	129

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 proceso de solicitud de cuenta publicitaria de Tiktok Ads	19
Figura 2 proceso para recarga de cuenta de Tiktok Ads.....	19

INDICE DE ANEXOS

Imagen 1 Organigrama de la agencia Verso Marketing Digital	22
Imagen 2 Modelo de negocio CANVAS aplicado a Verso Marketing.....	46
Imagen 3 Estrategia de nuevo servicio	98
Imagen 4 Plataformas de pago	100
Imagen 5 Análisis de público objetivo 1	103
Imagen 6 Análisis de público objetivo 2	103
Imagen 7 Análisis de público objetivo 3	103
Imagen 8 Público objetivo.....	104
Imagen 9 Enfoque de campañas publicitarias	106
Imagen 10 Resultados esperados por la realización de campañas.....	107

CAPÍTULO I.

ASPECTOS GENERALES DEL NEGOCIO

1.1 Idea actual de negocio/nombre del negocio

Verso Marketing Digital es una agencia de marketing digital especializada en la creación y recarga de cuentas de TikTok Ads. La empresa se enfoca en brindar servicios de publicidad digital para empresas y marcas que desean promocionar sus productos o servicios en TikTok, una plataforma de redes sociales de rápido crecimiento.

A medida que TikTok experimenta un rápido aumento en popularidad, muchas empresas están comenzando a reconocer el valor de la publicidad en esta plataforma y están buscando formas de integrarla en su estrategia de marketing digital. La publicidad en TikTok ofrece numerosas oportunidades para llegar a una audiencia más joven y diversa, lo que puede resultar beneficioso para aquellas empresas que buscan expandirse y llegar a nuevos mercados.

Verso Marketing Digital se dedica a la creación de cuentas de TikTok Ads para empresas. Esto implica la configuración de la cuenta publicitaria en TikTok, lo que les permite crear campañas publicitarias efectivas. Además, la empresa se especializa en la recarga de estas cuentas, lo que significa que se encarga de agregar créditos a la cuenta publicitaria de las empresas. De esta manera, las empresas pueden seguir promocionando sus productos o servicios en la plataforma sin interrupciones.

Es importante destacar que la operación de recarga de cuentas de TikTok Ads es permitida por la propia empresa TikTok. Esta permite que terceros, como Verso Marketing Digital, ofrezcan servicios de publicidad a empresas y marcas interesadas en utilizar la plataforma para promocionar sus productos o servicios.

En conclusión, se puede afirmar que Verso Marketing Digital se especializa en la creación y recarga de cuentas de TikTok Ads como parte de sus servicios de marketing digital. Gracias a su experiencia en publicidad digital y su conocimiento de la plataforma TikTok, la empresa es capaz de ayudar a las empresas a llegar a una audiencia más amplia y diversa y promocionar sus productos o servicios de manera efectiva en esta plataforma.

El objeto social de Verso Marketing Digital consiste en presentar sus servicios y experiencia en la creación y recarga de cuentas de TikTok Ads para ofrecer soluciones efectivas de publicidad digital a empresas y marcas interesadas en promocionar sus productos o servicios en la plataforma TikTok. De esta manera, la empresa busca brindar a sus clientes las herramientas necesarias para aprovechar al máximo las oportunidades de publicidad en TikTok.

Según información actualizada, se puede observar que Verso Marketing Digital ha tenido un buen desempeño en el mercado de la publicidad digital en TikTok durante el último año, según la información proporcionada por la agencia. El hecho de que la empresa haya estado en operación por más de un año sugiere que ha logrado mantenerse en el mercado y ha desarrollado una base de clientes estable. Además, se puede destacar que la empresa cuenta con más de 10 clientes diarios, lo que sugiere que ha sido capaz de generar un flujo constante de clientes y, por lo tanto, es un buen indicador de la salud financiera de la empresa. En general, estos datos indican que Verso Marketing Digital ha logrado consolidarse como una empresa confiable y eficiente en el mercado de la publicidad digital en TikTok.

Dado que Verso Marketing Digital se especializa en un área específica del marketing digital, es probable que haya desarrollado una experiencia y un conocimiento profundo en la publicidad en TikTok. Esto puede haber permitido a la empresa ofrecer servicios de alta calidad y atraer a más clientes. Es importante tener en cuenta que el mercado de la publicidad digital es

altamente competitivo y está en constante evolución, por lo que Verso Marketing Digital probablemente ha tenido que adaptarse a los cambios y tendencias en el mercado para seguir siendo relevante y competitiva. La capacidad de adaptación es crucial en cualquier empresa de marketing digital, y es probable que la trayectoria de Verso Marketing Digital refleje su capacidad para evolucionar y crecer en este mercado en constante cambio.

Entre los países donde Verso Marketing Digital brinda sus servicios se encuentran Chile, Argentina, Uruguay, Ecuador, Perú, México y Colombia. Estos son los siete países de Latinoamérica donde es posible hacer publicidad en TikTok y, por lo tanto, son mercados importantes para la agencia.

La sede principal de la agencia se encuentra en Santiago de Chile, donde cuenta con un equipo de profesionales altamente capacitados en publicidad digital en TikTok. Además, Verso Marketing Digital tiene una sucursal en Quito, Ecuador, lo que le permite atender de manera efectiva a clientes en ese país y en otros países cercanos. La presencia de la agencia en diferentes países de Latinoamérica es un factor importante para su éxito y su capacidad para atender a una base de clientes diversa y en constante crecimiento. Además, la experiencia y el conocimiento que han adquirido en diferentes mercados les permite brindar soluciones personalizadas y efectivas a sus clientes en cada país.

Misión: Brindar servicios innovadores y creativos para ayudar a las empresas pequeñas, medianas y grandes a alcanzar sus metas en el marketing digital, haciendo ágil y fácil para trabajar brindando nuestra atención con los clientes y los involucramos en todo el proceso para lograr la visibilidad de su marca, aumentar las ventas y consolidar su posición en el mercado.

Visión: Proyectarnos como una empresa sólida de profesionales comprometidos con su trabajo para brindarle servicios de marketing novedosos, innovadores y eficaces para que las empresas a nivel latinoamericano alcancen sus objetivos comerciales.

1.2 Descripción del producto/servicio a ofrecer

Verso Marketing Digital se enfoca principalmente en la creación y recarga de cuentas de TikTok Ads, lo que les ha permitido posicionarse como una agencia especializada en publicidad en TikTok. Este producto en particular ha demostrado tener una gran demanda en los últimos años, ya que TikTok se ha convertido en una de las redes sociales más populares en todo el mundo, especialmente entre los jóvenes.

La agencia Verso Marketing Digital se ha especializado en la creación y recarga de cuentas de TikTok Ads, lo que ha permitido a sus clientes llegar a una audiencia joven y altamente comprometida con las marcas. Gracias a su experiencia en este campo, la agencia ha logrado brindar soluciones personalizadas y efectivas a sus clientes en diferentes países de Latinoamérica, lo que ha generado una demanda creciente de sus servicios. La capacidad de Verso Marketing Digital para crear y recargar cuentas de TikTok Ads de manera eficiente y efectiva, le ha permitido destacarse en el mercado de la publicidad digital en Latinoamérica. Esta especialización en publicidad en TikTok, combinada con su presencia en diferentes países de la región, ha sido clave para el éxito de la agencia en el mercado y para satisfacer la creciente demanda de sus clientes. Cabe destacar que las cuentas impartidas por la agencia son totalmente gratuitas.

Verso Marketing Digital es una agencia que ofrece a sus clientes la posibilidad de crear cuentas publicitarias en TikTok. El proceso para solicitar una cuenta es sencillo: en primer lugar, se solicita el formulario de creación de cuenta. En segundo lugar, se completa el formulario con los datos solicitados, como la descripción de la empresa o emprendimiento, el país en el que se

encuentra y el nombre. Después de recibir la solicitud, Verso Marketing revisa la información proporcionada para asegurarse de que esté completa y correcta, y aprueba o rechaza la solicitud en consecuencia. Si la cuenta es aprobada, el cliente recibe dos correos electrónicos: uno con información de confirmación y un enlace de acceso a la plataforma, y otro con información sobre cómo comenzar a usar TikTok Ads. En caso de que la solicitud sea rechazada, el cliente recibe un correo electrónico con el motivo del rechazo.

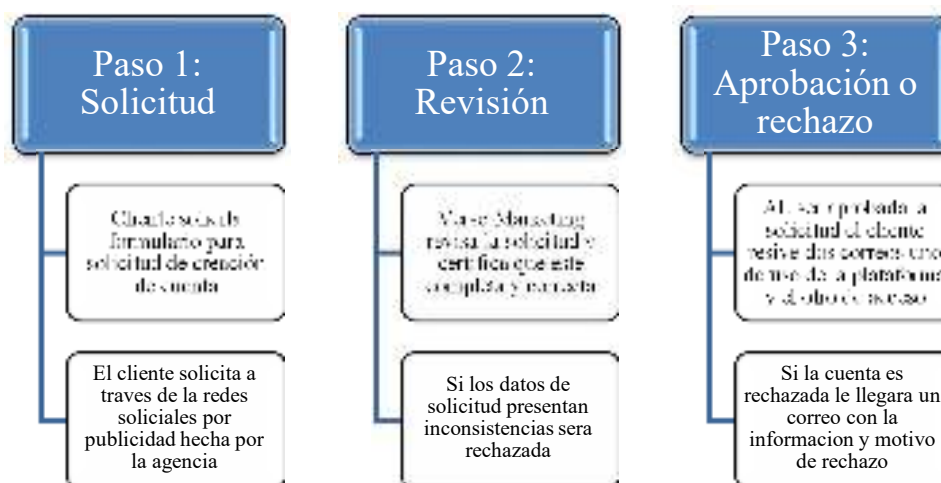


Figura 1 proceso de solicitud de cuenta publicitaria de Tiktok Ads

Para recargar la cuenta, el cliente debe solicitar el enlace de recarga a Verso Marketing. Una vez que recibe el enlace, el cliente debe proporcionar los datos de pago, el monto que desea cancelar y lo más importante a que cuenta desea cancelar. Luego, Verso Marketing se encargará de confirmar el pago y realizar la recarga en la cuenta solicitada.

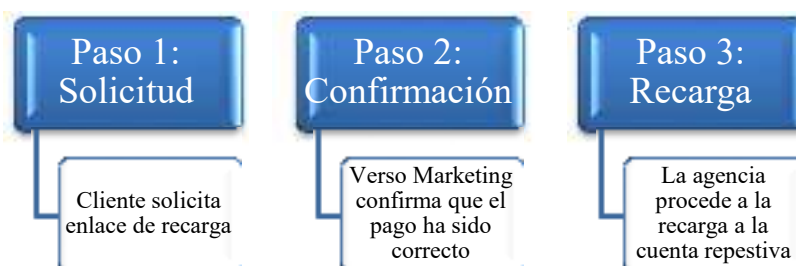


Figura 2 proceso para recarga de cuenta de Tiktok Ads

1.3 Equipo de trabajo

La estructura organizacional de Verso Marketing Digital está diseñada para maximizar la eficiencia en la prestación de sus servicios de marketing digital, mientras que se adaptan a los cambios en el mercado y satisfacen las necesidades de sus clientes. A continuación, se presenta la estructura organizacional para la agencia:

- ✓ **Director Creativo:** Es el encargado de liderar el área de contenido y supervisar la creación de las campañas publicitarias y estrategias de marketing digital. Debe estar altamente capacitado en marketing digital, tener habilidades creativas y de comunicación, y liderar un equipo de diseñadores, editores de videos y creadores de contenido. Además, debe trabajar en colaboración con los departamentos de ventas y de análisis de datos para asegurarse de que la estrategia creativa se alinee con los objetivos de la empresa y los intereses del cliente.
- ✓ **Director Financiero:** Es el encargado de la gestión financiera de la empresa, incluyendo la contabilidad, el control de gastos y el análisis financiero. Debe estar altamente capacitado en finanzas y gestión empresarial, y liderar un equipo encargado de la gestión financiera de la empresa. Además, debe trabajar en colaboración con otros departamentos para asegurarse de que se cumplan los objetivos financieros de la empresa y de que se mantenga una gestión eficiente de los recursos.
- ✓ **Diseñador:** Es el encargado de la creación de diseños gráficos o web para las campañas publicitarias y estrategias de marketing digital. Debe estar altamente capacitado en diseño gráfico o diseño web, tener habilidades creativas y técnicas en el uso de herramientas de diseño. Además, debe trabajar en colaboración con el Director Creativo y otros miembros del equipo creativo para asegurarse de que los diseños sean atractivos y efectivos para el público objetivo y lograr el alcance de metas.

- ✓ Editor de Video: Es el encargado de la edición de videos para las campañas publicitarias y estrategias de marketing digital. Es necesario que posea una gran destreza en la edición de video y tenga habilidades técnicas y creativas en el manejo de las herramientas de edición de video.. Además, debe trabajar en colaboración con el Director Creativo y otros miembros del equipo creativo para asegurarse de que los videos sean efectivos para el público objetivo y cumplir con lo necesario.
- ✓ Administración: Es el departamento encargado de la gestión de recursos humanos y administrativos de la empresa, incluyendo la selección y gestión del personal, la capacitación y el desarrollo profesional de los empleados, y el control de gastos. El departamento de Administración debe trabajar en colaboración con otros departamentos para asegurarse de que se mantenga una gestión eficiente de los recursos y de que se cumplan los objetivos de la empresa.
- ✓ Diseñador Web: Es el encargado de la creación de diseños web y de la experiencia del usuario (UX) para las campañas publicitarias y estrategias de marketing digital. Debe estar altamente capacitado en diseño web y experiencia del usuario, tener habilidades creativas y técnicas en el uso de herramientas de diseño y programación web. Además, debe trabajar en colaboración con el director Creativo y otros miembros del equipo creativo para asegurarse de que los diseños sean atractivos y efectivos para el público objetivo y cumplir los objetivos de la empresa. Es fundamental colaborar con el equipo de Desarrollo para asegurar que la experiencia del usuario sea sobresaliente y que el diseño se adapte adecuadamente a diferentes dispositivos.

La estructura organizacional de Verso Marketing Digital está conformada por un equipo interdisciplinario de profesionales altamente capacitados y especializados en sus áreas de trabajo,

que trabajan en colaboración para crear campañas publicitarias y estrategias de marketing digital efectivas y atractivas para el público objetivo. Es importante mencionar que los trabajadores de la agencia se encuentran en Venezuela, Ecuador y Chile realizan un trabajo remoto.

Organigrama de agencia:

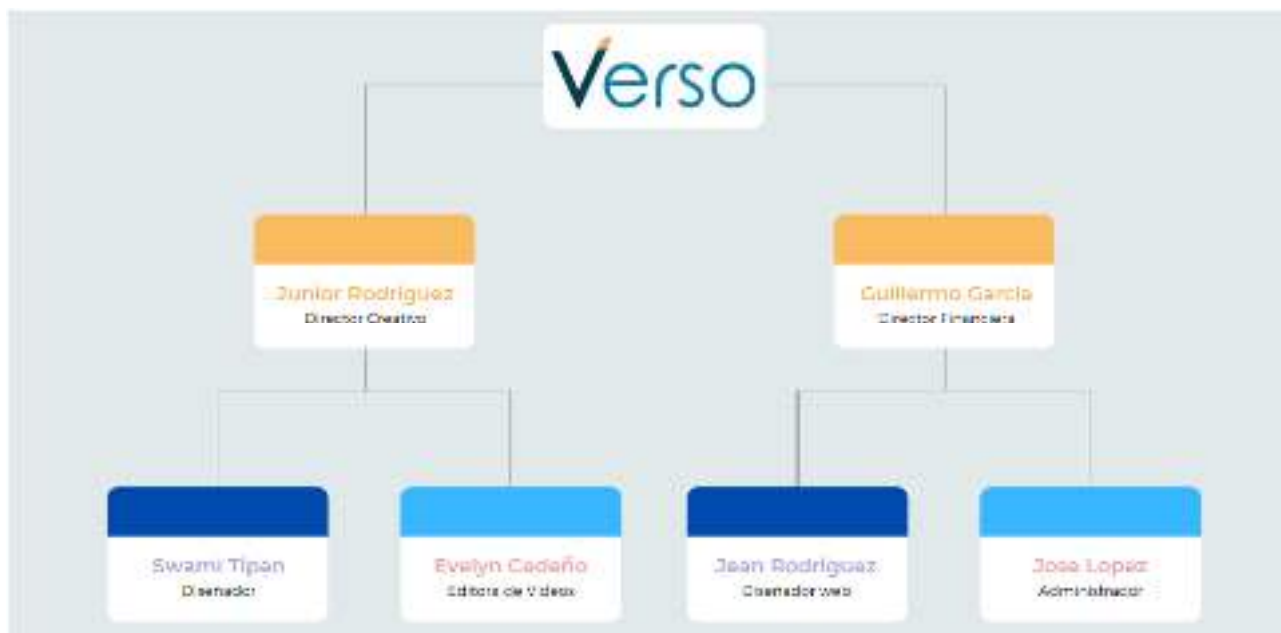


Imagen 1 Organigrama de la agencia Verso Marketing Digital

1.4 Diagnóstico organizacional

Para hacer un diagnóstico de una agencia de marketing digital como Verso Marketing, es necesario realizar una evaluación integral que permita identificar los principales aspectos de su funcionamiento y determinar su eficacia en la consecución de los objetivos de la agencia y de sus clientes. Durante el proceso de exploración de este estudio, se ha encontrado que, a nivel global, y desde el siglo pasado, el análisis organizacional era y es una herramienta conocida a nivel internacional, sencilla y de gran utilidad para las empresas, además, es una de las aplicaciones más estudiadas por las mismas y que va enfocada al crecimiento organizacional (Asencio, Guarnizo, Caiche, y Medina, 2017). Y, aunque en la actualidad, tenemos organizaciones de sectores,

objetivos y metas similares, cada una de ellas tiene la necesidad de poder conocer su estado actual, para poder afrontar cambios y desafíos (Rodríguez, 2005).

Esta agencia ha logrado consolidarse en el mercado latinoamericano gracias a su innovador y único servicio, el cual consiste en brindar a sus clientes cuentas publicitarias en TikTok Ads, así como la recarga de las mismas. La oferta de cuentas publicitarias en TikTok Ads es una herramienta de gran valor para las empresas que desean expandir su presencia en línea y llegar a nuevos públicos en la región latinoamericana y no solo empresa ya que también llega a emprendedores que quieren hacer crecer sus ideas. Además, la agencia ofrece una asesoría integral de estas cuentas, lo que permite a los clientes enfocarse en su negocio mientras la agencia se se idear y llevar a cabo ideas publicitarias efectivas y optimizadas en TikTok. Por otra parte la recarga de las cuentas de TikTok Ads es otro servicio valioso que la agencia ofrece a sus clientes. Las cuentas publicitarias requieren de un presupuesto para poder llevar a cabo campañas exitosas, y la agencia se encarga de recargar las cuentas de sus clientes para que siempre cuenten con los recursos necesarios para lograr sus objetivos de marketing en TikTok.

Desde su fundación en el año 2022, esta empresa ha establecido una directriz interna enfocada en la optimización de las actividades diarias de cada uno de sus trabajadores, con el fin de garantizar la satisfacción de las necesidades de sus clientes. Este enfoque ha sido fundamental para lograr una mayor eficiencia y eficacia en la ejecución de las tareas, y así poder ofrecer un servicio de alta calidad a sus clientes. Para lograr este enfoque interno, la empresa ha implementado diversas estrategias y herramientas que les han permitido monitorear y mejorar el rendimiento de sus trabajadores. Por ejemplo, se han establecido objetivos claros y específicos para cada uno de los miembros del equipo, con el fin de que puedan enfocarse en las tareas más importantes y priorizar el trabajo de acuerdo a las necesidades del cliente.

La empresa ha establecido un sistema de retroalimentación constante, en el que los trabajadores pueden dar su opinión y sugerencias para mejorar los procesos internos de la empresa. Esto ha permitido que la empresa pueda identificar áreas de mejora y optimizar los procesos de trabajo para lograr un mayor nivel de eficiencia y eficacia. Gracias a este enfoque interno, la empresa ha logrado cumplir con las necesidades del cliente de manera efectiva, ofreciendo un servicio de alta calidad y con un alto grado de satisfacción. Al enfocarse en la optimización de sus procesos internos, la empresa ha logrado ser más competitiva en el mercado y mantener su posición como líder en su sector.

Desde su inicio, Verso Marketing Digital ha demostrado un gran compromiso con la excelencia en el servicio al cliente y la innovación en el ámbito del marketing digital. Como parte de su estrategia inicial, la empresa creó un plan de marketing integral y efectivo que ha permitido consolidarse como una de las empresas líderes en el campo del marketing en TikTok en la región. Uno de los elementos clave de este plan de marketing ha sido la identificación de las necesidades y expectativas de los clientes. La empresa ha trabajado de manera constante para comprender las necesidades de sus clientes y ofrecer soluciones a medida para satisfacerlas de manera efectiva. Esto ha permitido a Verso Marketing Digital construir relaciones de confianza y lealtad con sus clientes, lo que se ha traducido en una creciente base de clientes satisfechos y recomendaciones de boca en boca.

La empresa ha realizado un esfuerzo consciente para mantenerse a la vanguardia de las últimas tendencias en marketing digital, especialmente en lo que se refiere a la plataforma TikTok. La empresa ha desarrollado estrategias efectivas para aprovechar las herramientas de publicidad en TikTok y ha trabajado de manera constante para mejorar su conocimiento y habilidades en la plataforma. Este enfoque ha permitido a la empresa obtener una ventaja competitiva y una posición

sólida en el mercado en la región. Otro elemento clave de la estrategia de marketing de la empresa ha sido su enfoque en la calidad y la excelencia en el servicio al cliente. La empresa ha desarrollado procesos internos eficaces y eficientes para garantizar que cada cliente reciba la atención y el servicio que merece. Este enfoque ha permitido a la empresa desarrollar relaciones a largo plazo con sus clientes y ha sido fundamental para su éxito en el mercado.

La satisfacción del cliente es un factor clave en el éxito de cualquier negocio, y la agencia ha logrado mantener altos niveles de satisfacción entre sus clientes, desde emprendedores hasta empresarios consolidados. La fidelidad de los clientes se ha ganado a lo largo del tiempo gracias a la calidad del servicio ofrecido, la atención personalizada y la respuesta oportuna a las necesidades y requerimientos de cada cliente. La buena reputación de la agencia se ha expandido gracias a la satisfacción de los clientes, lo que ha llevado a que la misma sea recomendada a otros posibles clientes, ampliando así su base de clientes. El mantenimiento de una relación cercana con los clientes ha permitido a la agencia entender mejor sus necesidades y expectativas, y mejorar continuamente sus servicios para satisfacerlos. La agencia ha logrado establecer una relación de confianza con sus clientes, lo que ha resultado en una lealtad y fidelidad a largo plazo. Esto ha permitido que la agencia se mantenga en el mercado, incluso en momentos de incertidumbre y competencia. En conclusión, la satisfacción del cliente es una piedra angular del éxito de la agencia, y ha permitido que la misma se destaque en el mercado y continúe creciendo a lo largo del tiempo.

Verso Marketing Digital cuenta con una ventaja significativa en la región, ya que es una de las pocas empresas que ha logrado brindar un servicio innovador y poco conocido en el mercado. Esta ventaja se ha traducido en un mayor reconocimiento en la industria, así como en un aumento en la base de clientes y un crecimiento constante en su rentabilidad. Al ser una de las

pocas empresas que ofrece este servicio, Verso Marketing Digital ha tenido la oportunidad de crear su propio mercado en la región y, como resultado, ha logrado posicionarse como líder en el mismo. La capacidad de innovar y ofrecer servicios poco convencionales ha sido clave para el éxito de la empresa y su capacidad de mantener una ventaja competitiva en el mercado. También es oportuno mencionar que la experiencia de Verso Marketing Digital en la prestación de servicios innovadores ha permitido a la empresa ser más flexible y adaptable en el entorno del mercado y las necesidades de los posibles clientes. Esto ha permitido a la empresa mantenerse al día en el mercado y ofrecer soluciones personalizadas y efectivas a sus clientes, lo que ha llevado a una mayor satisfacción del cliente y fidelidad a largo plazo.

1.5 Diagnostico situación contable-financiera

En esta parte, es importante destacar que las agencias que deseen ofrecer servicios de recarga de cuentas de TikTok Ads, como Verso Marketing Digital, deben tener en cuenta que para poder brindar este servicio deben contar con una autorización de la empresa principal de TikTok. Esto significa que, para poder llevar a cabo esta actividad, la agencia debe cumplir con ciertos requisitos y seguir ciertos protocolos establecidos por TikTok. Es fundamental tener en cuenta que el cumplimiento de los requisitos y protocolos de TikTok es esencial para poder brindar un servicio de calidad y evitar problemas legales o de seguridad en la plataforma. Por lo tanto, es necesario que la agencia tenga un equipo especializado en el tema y esté actualizado en cuanto a los cambios y actualizaciones que pueda realizar la plataforma.

Mencionar también que TikTok brinda la posibilidad de ofrecer créditos a las agencias seleccionadas para brindar el servicio de recarga de cuentas de TikTok Ads. Estos créditos pueden variar entre 5.000 y 50.000 dólares, los cuales las agencias pueden ir consumiendo hasta agotar su gasto completo este mediante las recargas diarias. Cabe mencionar que este tipo de crédito puede

ser muy útil para las agencias que desean ampliar su oferta de servicios y tener la posibilidad de aumentar su cartera de clientes.

En cuanto al porcentaje que la agencia debe cancelar a TikTok por cada recarga realizada, es importante destacar que Verso Marketing Digital, por ejemplo, recibe el 10% sobre todas las recargas realizadas, lo cual se convierte en su ganancia neta por este servicio. Este porcentaje es establecido por la empresa TikTok y puede variar según el acuerdo alcanzado con cada agencia.

Vale la pena destacar que la agencia Verso Marketing Digital ha establecido una recarga mínima de 100 dólares para poder acceder a su servicio de recarga de TikTok Ads. De esta forma, la agencia puede asegurar una ganancia neta de 100 dólares por cada recarga realizada. Es importante destacar que, además de esta ganancia, la agencia debe pagar el porcentaje correspondiente a TikTok, que usualmente es del 10% sobre cada recarga.

No se puede pasar por alto que en un inicio, la agencia Verso Marketing Digital estableció una recarga mínima de 20 dólares, más el 10% correspondiente a la agencia, como parte de su estrategia de marketing para atraer a nuevos clientes y emprendedores que aún no conocían el servicio de recarga de TikTok Ads. De esta forma, la agencia pudo darse a conocer en el mercado, incentivando a los nuevos clientes a probar su servicio y, al mismo tiempo, ofreciendo un precio accesible para que los emprendedores pudieran invertir en publicidad y mejorar la visibilidad de sus productos o servicios en la plataforma TikTok. Con el tiempo, y gracias al éxito obtenido, la agencia ha aumentado su recarga mínima a 100 dólares, logrando consolidarse como una empresa líder en la región en la prestación de este servicio innovador y altamente demandado en la actualidad.

A simple vista, puede parecer que el 10% por recarga que cobra Verso Marketing no es suficiente para mantener una agencia en el mercado competitivo del marketing digital. Sin

embargo, la realidad es que la empresa ha logrado consolidarse como una de las líderes en la región gracias a varias estrategias clave. En primer lugar, la agencia cuenta con un equipo de profesionales altamente capacitados en cada área de especialización, lo que les permite ofrecer un servicio de calidad y satisfacer las necesidades de sus clientes de manera efectiva.

Verso Marketing ha tenido la ventaja de ser una de las primeras agencias en brindar el servicio de TikTok Ads en la región, lo que le ha permitido llegar a una amplia base de clientes diariamente. De esta manera, han logrado aumentar su cartera de clientes y, por ende, generar más ingresos. Por otro lado, su capacidad para cumplir con sus obligaciones financieras también ha sido un factor clave en su éxito. La agencia ha sabido administrar adecuadamente sus finanzas, lo que les ha permitido mantener una estabilidad económica y continuar creciendo en el mercado.

1.6 Definición del problema

Uno de los principales inconvenientes que Verso Marketing podría enfrentar a futuro es el aumento de la competencia y la posible simplificación de los procesos de creación de cuentas y recarga de saldo en TikTok Ads. En la medida en que la plataforma y otras agencias de marketing digital evolucionen, es probable que los clientes tengan más opciones para realizar estos procesos de manera autónoma y directa, sin necesidad de intermediarios. De hecho, esta tendencia ya se está observando en otras plataformas publicitarias en línea, donde los clientes pueden crear y administrar sus cuentas y campañas publicitarias de manera autónoma, sin tener que depender de terceros. Esto puede resultar en una mayor eficiencia y autonomía para los clientes, así como en una reducción de los costos y tiempos asociados a la intermediación.

En este contexto, Verso Marketing deberá mantenerse actualizada y a la vanguardia de las tendencias y tecnologías emergentes en el mercado de la publicidad en línea, ofreciendo servicios de alto valor agregado y diferenciándose por su capacidad de diseñar estrategias personalizadas y

efectivas que generen resultados medibles para sus clientes. Por otro lado, es importante destacar que, aunque la creación de cuentas y la recarga de saldo pueden ser procesos relativamente sencillos, el diseño y la ejecución de campañas publicitarias efectivas en TikTok Ads requiere de conocimientos especializados y experiencia en marketing digital. Por lo tanto, es probable que las empresas sigan recurriendo a agencias de marketing digital como Verso Marketing para obtener asesoramiento y servicios de alta calidad en este ámbito.

Uno de los desafíos que puede enfrentar una agencia de marketing digital como la mencionada es la necesidad de establecer un cronograma claro y motivar la elaboración de informes periódicos sobre las recargas realizadas en las cuentas de TikTok Ads de sus clientes. Es fundamental que se preste atención a esta tarea y que se realice de manera rigurosa para poder medir el rendimiento de las campañas publicitarias y tomar decisiones basadas en datos concretos.

Es cierto que en algunos casos las agencias pueden descuidar esta labor debido a la carga de trabajo o a otras prioridades en el negocio, pero esto puede tener consecuencias negativas a largo plazo, como la pérdida de confianza por parte de los clientes o la dificultad para medir el impacto de las campañas publicitarias.

Para evitar este problema, es importante establecer un plan de trabajo claro y detallado que incluya la frecuencia y los detalles de los informes a presentar. Además, es necesario incentivar a los profesionales de la agencia para que se involucren en este proceso, reconociendo la importancia de los informes y brindando capacitación y herramientas para su elaboración.

En este sentido, es importante destacar que los informes no solo deben proporcionar datos sobre la cantidad de recargas realizadas, sino que también deben incluir información sobre el rendimiento de las campañas publicitarias, como la cantidad de clics, impresiones, conversiones y costos por clic o conversión. Esta información es vital para que los clientes puedan evaluar el

impacto de sus inversiones en publicidad y tomar decisiones informadas sobre cómo optimizar su estrategia en TikTok Ads.

Es cierto que, en un futuro, la agencia Verso Marketing podría enfrentar un desafío importante si se dedica exclusivamente a la creación de cuentas y recargas en TikTok Ads. Si bien estos servicios son importantes y demandados en la actualidad, es posible que en el futuro la competencia aumente y se vuelva más difícil mantener una ventaja competitiva si no se ofrecen servicios adicionales y de mayor valor agregado.

Por lo tanto, es esencial que Verso Marketing se plantee la posibilidad de expandir su oferta de servicios en el futuro. Una forma de hacerlo es mediante la adición de servicios complementarios, como el diseño de campañas publicitarias, el análisis de datos, la gestión de redes sociales, la creación de contenido, entre otros. De esta manera, se puede brindar a los clientes un conjunto completo de herramientas y soluciones para su estrategia de marketing en TikTok Ads y establecer una relación a largo plazo basada en la confianza y la satisfacción del cliente.

Otra opción para Verso Marketing es especializarse en un nicho específico o en un tipo de cliente. Por ejemplo, puede enfocarse en empresas pequeñas o medianas, en industrias específicas como la moda o la tecnología, o en campañas publicitarias para eventos específicos como festivales de música o lanzamientos de productos. Al hacerlo, la agencia puede desarrollar un conocimiento profundo y especializado en su campo y brindar soluciones más efectivas y personalizadas a sus clientes.

1.7 Propuesta de valor

Para el problema de la falta de incentivos para la realización de informes de recargas, Verso Marketing puede implementar un sistema de recompensas o incentivos para su equipo. Por ejemplo, puede establecer objetivos mensuales de informes de recargas y recompensar a aquellos empleados que cumplan o superen esos objetivos con bonos, reconocimientos públicos o ascensos. Además, también es importante que Verso Marketing brinde una capacitación adecuada a su equipo para comprender la importancia de los informes de recargas y cómo realizarlos correctamente. Al garantizar que todo el equipo tenga una comprensión sólida de la importancia de los informes de recargas, se puede garantizar que todos trabajen juntos para lograr los objetivos y mejorar la calidad del servicio que brinda la agencia.

Para el problema de la limitación en la oferta de servicios, Verso Marketing puede llevar a cabo investigaciones de mercado y análisis de necesidades de los clientes para identificar las oportunidades de servicio adicionales que puedan brindar valor a sus clientes. También pueden explorar nuevas áreas de especialización en marketing digital para ampliar su oferta de servicios y satisfacer las necesidades cambiantes del mercado. Otra solución podría ser la colaboración con otros profesionales o agencias especializadas en áreas complementarias del marketing digital, como SEO, SEM, marketing de contenidos, entre otros. Al hacerlo, Verso Marketing puede ofrecer una solución más completa y satisfacer las necesidades de sus clientes a través de una red de colaboradores y aliados.

Aunque Verso Marketing actualmente se dedica principalmente a la creación de cuentas y recargas en TikTok Ads, es importante que considere la posibilidad de expandir su oferta de servicios en el futuro para mantener su ventaja competitiva y satisfacer las necesidades cambiantes de sus clientes. Al agregar servicios complementarios o especializarse en un nicho específico,

puede ofrecer soluciones personalizadas y de alto valor agregado que diferencien a la agencia de la competencia y construyan relaciones sólidas con los clientes.

La agencia también podría ofrecer un curso explicativo para aquellos clientes que quieran aprender a utilizar la plataforma de TikTok de manera efectiva y tener éxito en su estrategia de marketing. Este curso podría ser ofrecido como un servicio adicional a los clientes de la agencia, o incluso como un producto independiente que pueda ser adquirido por cualquier persona interesada en aprender a utilizar TikTok para promocionar su marca o negocio.

El curso podría incluir una introducción a la plataforma de TikTok, explicando sus características y herramientas disponibles para crear contenido y promocionarlo. También se podría enseñar las mejores prácticas para crear contenido atractivo y relevante para la audiencia de la marca, así como estrategias para promocionar el contenido y llegar a un público más amplio.

También podemos mencionar que el curso podría incluir secciones dedicadas a la creación de campañas publicitarias en TikTok Ads, enseñando a los clientes cómo crear anuncios efectivos que generen resultados positivos para su negocio. Esto podría incluir información sobre cómo definir el público objetivo de la campaña, cómo elegir los formatos de anuncios adecuados y cómo optimizar las campañas para lograr los mejores resultados posibles.

La oferta de un curso explicativo sobre TikTok podría ser una solución efectiva para mejorar el éxito de los clientes de la agencia en la plataforma. Esto podría ayudar a la agencia a brindar un servicio más completo y satisfactorio a sus clientes, mientras que también crea una nueva fuente de ingresos y una oportunidad para atraer a nuevos clientes interesados en aprender a utilizar TikTok para promocionar su negocio.

1.7 Objetivos del trabajo de investigación

1.7.1 Objetivo general

Diseñar un plan estratégico para la empresa Verso Marketing Digital en los años 2023-2027 enfocado en la expansión de sus servicios.

1.7.2 Objetivos específicos

Describir el macroentorno competitivo en el que debe introducirse el producto o servicio de la empresa Verso Marketing Digital en los años 2023-2027 enfocado en la expansión de sus servicios.

Definir el modelo de negocio, características del producto y planes para la implementación de la propuesta de la empresa Verso Marketing Digital en los años 2023-2027 enfocado en la expansión de sus servicios.

Definir los objetivos estratégicos de la empresa Verso Marketing Digital en los años 2023-2027 enfocado en la expansión de sus servicios.

Proponer las estrategias de marketing, operaciones, recursos humanos, responsabilidad social empresarial y finanzas de la empresa Verso Marketing Digital en los años 2023-2027 enfocado en la expansión de sus servicios.

CAPÍTULO II.

ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO

2.1 Análisis del macroentorno (PESTEL).

2.1.1. *Entorno político*

Verso Marketing es una agencia de marketing digital que brinda el servicio de creación de cuentas de TikTok Ads y recarga de las mismas. Las regulaciones gubernamentales sobre publicidad y marketing en línea pueden afectar la forma en que Verso Marketing opera y promociona sus servicios. Además, la estabilidad política y la situación económica del país donde opera la empresa también pueden tener un impacto en su rendimiento y crecimiento.

En cuanto a las regulaciones gubernamentales, recientemente se ha discutido la posible regulación de las redes sociales y plataformas de publicidad en línea en varios países. Estas medidas podrían tener un impacto directo en la forma en que Verso Marketing opera, particularmente en lo que respecta a la creación de cuentas de TikTok Ads y la recarga de las mismas. La agencia deberá estar al tanto de estas regulaciones y adaptarse a ellas para poder seguir ofreciendo sus servicios de manera efectiva. (Davenport, 2022)

Además, la estabilidad política y la situación económica del país donde opera Verso Marketing también son factores que pueden influir en su rendimiento. En algunos países, las tensiones políticas y la incertidumbre económica han llevado a una disminución en el gasto en publicidad y marketing. En otros, la inversión en publicidad digital ha aumentado debido a la creciente necesidad de llegar a los consumidores en línea. Es importante que la agencia esté al tanto de estos cambios y ajuste su estrategia de marketing en consecuencia. (Kotler & Armstrong, 2021)

Recientemente, se ha producido un aumento en la demanda de publicidad en línea en todo el mundo, impulsado en gran parte por la pandemia de COVID-19 y el aumento del comercio electrónico. En este contexto, Verso Marketing ha visto una oportunidad para expandir su negocio y ofrecer servicios de marketing digital a empresas de todos los tamaños. La agencia ha lanzado campañas publicitarias en redes sociales y ha ampliado su equipo de especialistas en marketing digital para satisfacer la creciente demanda. (Huang & Rust, 2020)

Verso Marketing es una agencia de marketing digital que está sujeta a las regulaciones gubernamentales y a la situación política y económica del país donde opera. A pesar de estos desafíos, la agencia ha sabido adaptarse y crecer, aprovechando la oportunidad de expansión que ha surgido en el mercado de la publicidad en línea. La capacidad de Verso Marketing para mantenerse actualizada con las tendencias y regulaciones del mercado será clave para su éxito continuo en el futuro. (Keller & Fay, 2018)

2.1.2. Entorno económico

Verso Marketing es una agencia de marketing digital que ofrece una gama específica de servicio, las cuales son la creación de cuentas de TikTok Ads y la recarga de las mismas. Sin embargo, la situación económica de los países donde opera la empresa puede afectar directamente su rendimiento y crecimiento. En varios países, la adquisición de dinero suficiente para financiar la publicidad digital se ha vuelto difícil debido a los problemas económicos que atraviesan, un ejemplo claro es Argentina donde la situación económica ha empeorado.

Según el informe publicado por el Fondo Monetario Internacional (FMI) en 2022, se espera que el crecimiento económico mundial se recupere lentamente en el transcurso de este año, aunque se prevé una recuperación desigual en las distintas regiones del mundo. Se espera que las economías avanzadas, como Estados Unidos y Europa, se recuperen más rápidamente que las

economías emergentes, donde se encuentran muchos de los países donde Verso Marketing opera. (FMI, 2022)

Por otro lado, la revista científica "Journal of Marketing" publicó un estudio en 2021 sobre cómo la incertidumbre económica puede afectar las decisiones de marketing de las empresas. El estudio encontró que la incertidumbre económica puede llevar a una disminución en la inversión en publicidad y marketing, lo que a su vez puede afectar negativamente el rendimiento y crecimiento de la empresa. (De Bellis et al., 2021)

Por otro lado, la situación económica también puede afectar la capacidad de las empresas para cobrar precios altos por sus servicios. En un estudio publicado en la revista "Marketing Science" en 2019, los investigadores encontraron que los consumidores son menos propensos a pagar precios altos por los servicios en tiempos de incertidumbre económica. (Chen et al., 2019) Esto puede tener un impacto directo en Verso Marketing, ya que la empresa puede encontrar dificultades para cobrar precios altos por sus servicios en países donde la situación económica es incierta.

En resumen, la situación económica es un factor importante que puede afectar el rendimiento y crecimiento de Verso Marketing. La empresa puede enfrentar desafíos para adquirir fondos suficientes para financiar la publicidad digital en países donde la situación económica es incierta. Por otra parte, la capacidad de la empresa para cobrar precios altos por sus servicios puede verse afectada por la incertidumbre económica. Es fundamental que la empresa se mantenga al tanto de la situación económica en los países donde opera y se adapte en consecuencia para garantizar su éxito continuo en el futuro. (Jain et al., 2018)

2.1.3. Entorno social

La popularidad de las redes sociales y plataformas en línea es un tema ampliamente investigado en el entorno social. Según el estudio de Papacharissi (2010), las redes sociales en línea han cambiado la forma en que las personas interactúan entre sí y han dado lugar a nuevas formas de comunicación y participación en la sociedad.

La investigación de Van Dijck (2013) destaca que las plataformas de redes sociales han creado nuevas formas de poder y jerarquías en la sociedad, lo que puede tener implicaciones significativas para la forma en que Verso Marketing promociona sus servicios y se comunica con los clientes.

En cuanto a las tendencias sociales y culturales, la investigación ha demostrado que las empresas deben ser conscientes de estas tendencias y adaptarse a ellas para tener éxito en el mercado (Chan & Mauborgne, 2007). Por ejemplo, la tendencia actual hacia la sostenibilidad y la responsabilidad social puede influir en la forma en que Verso Marketing promueve sus servicios y se comunica con los clientes.

Debe tenerse en cuenta que los clientes están cada vez más interesados en hacer negocios con empresas que se preocupan por el medio ambiente y la comunidad.

En cuanto a la participación de Verso Marketing en eventos, es importante destacar que la empresa ha estado presente en el Social Media Day. De acuerdo con la investigación de Kozinets et al. (2010), la participación en eventos puede ser beneficiosa para las empresas ya que les permite conocer a sus clientes potenciales y crear nuevas estrategias de negocio. Además, la participación en eventos también puede ayudar a mejorar la visibilidad y el conocimiento de la marca.

2.1.4. Entorno tecnológico

La tecnología y su evolución constante son un tema de gran importancia en el ámbito tecnológico, especialmente para empresas como Verso Marketing que se basan en plataformas digitales para ofrecer sus servicios. En este sentido, la empresa cuenta con la ventaja de trabajar con los nuevos estándares de tecnología de la mano de la empresa TikTok.

Según el estudio de Kshetri (2018), las empresas que utilizan tecnología emergente tienen mayores posibilidades de éxito en el mercado debido a su capacidad para adaptarse a las tendencias tecnológicas y ofrecer servicios innovadores. Por otra parte, la investigación de Rayna y Striukova (2016) destaca que la tecnología es esencial para mejorar la eficiencia y la eficacia de los procesos de marketing digital. Por lo tanto, la tecnología es fundamental para el éxito de la agencia, ya que su modelo de negocio se basa en plataformas digitales como TikTok y las redes sociales para ofrecer sus servicios. La empresa debe estar al tanto de las últimas tendencias tecnológicas y asegurarse de estar actualizada con los cambios y mejoras en estas plataformas para ofrecer un servicio de alta calidad. (kshetri et al., 2018)

La investigación de Nambisan y Watt (2011) destaca que las empresas que utilizan tecnología emergente tienen la oportunidad de crear valor para el cliente y mejorar su experiencia. Por ejemplo, la implementación de inteligencia artificial y machine learning en la plataforma de TikTok puede permitir que Verso Marketing ofrezca servicios más personalizados y relevantes para sus clientes. La tecnología es un factor clave para el éxito de Verso Marketing y su capacidad para ofrecer servicios de alta calidad a sus clientes. Es importante que la empresa se mantenga informada con las últimas tendencias tecnológicas y utilice tecnología emergente para mejorar su eficiencia y eficacia en el mercado.

2.1.5. Entorno ecológico

Aunque no se ha mencionado explícitamente el tema ecológico, podemos analizar la posición de Verso Marketing en el entorno latinoamericano desde una perspectiva sostenible. En este sentido, es importante mencionar que la digitalización de los servicios de marketing y publicidad puede tener un impacto positivo en el medio ambiente al reducir la necesidad de materiales físicos y la emisión de gases de efecto invernadero.

Según el estudio de Canhoto & Clark (2013), el uso de tecnologías digitales en el marketing puede reducir significativamente la huella de carbono de una empresa al eliminar la necesidad de imprimir materiales publicitarios y reducir los viajes de negocios. Por lo tanto, podemos definir a Verso Marketing como una empresa que se adapta a las tendencias tecnológicas emergentes para ofrecer servicios de marketing y publicidad en línea con un enfoque sostenible. La empresa puede ser vista como un ejemplo de cómo las empresas pueden adoptar prácticas más respetuosas con el medio ambiente al aprovechar la digitalización y las nuevas tecnologías.

2.1.6. Entorno legal

Verso Marketing es una empresa que opera en el entorno legal del marketing digital en Chile y Ecuador. Según lo reportado por la revista Forbes (2020), en Chile existe una regulación específica sobre publicidad y marketing digital que busca proteger los derechos de los consumidores y evitar prácticas engañosas. Por otro lado, en Ecuador, la Ley de Comercio Electrónico y Firma Electrónica establece las bases legales para el comercio electrónico y la protección de los consumidores en línea.

Es importante que Verso Marketing tenga en cuenta estas regulaciones y otras leyes internacionales que puedan afectar su operación. Por ejemplo, la empresa debe cumplir con la regulación de TikTok en cuanto a la creación y recarga de cuentas publicitarias. Además, la empresa debe considerar las regulaciones de protección de datos y privacidad de los consumidores, como la Ley General de Protección de Datos Personales en Brasil.

Según el estudio de Barwise & Meehan (2010), el cumplimiento de las regulaciones legales en línea es fundamental para el éxito de las empresas de marketing digital. Las empresas que no cumplen con las leyes pueden enfrentar multas y sanciones, además de dañar su reputación y perder la confianza de los consumidores. Verso Marketing debe tener en cuenta las regulaciones legales y cumplir con ellas para asegurar la protección de los derechos de los consumidores y evitar sanciones legales. La empresa debe estar actualizada con las regulaciones locales e internacionales y garantizar la confidencialidad y seguridad de la información de sus clientes.

2.1.7. Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

Matriz MEFE

Factores	Peso	Valor	Ponderado
Oportunidades			
<i>Innovación publicitaria</i>	0.15	2	0.30
<i>Aumento de demanda de publicidad digital</i>	0.10	2	0.20
<i>Crecimiento del mercado de las agencias</i>	0.10	2	0.20
<i>PYMES buscan servicios de Tik Tok Ads.</i>	0.15	3	0.45
Amenazas			
<i>Nuevas agencias de Tiktok Ads</i>	0.20	2	0.40
<i>Desconocimiento de plataforma</i>	0.05	1	0.05
<i>Nueva política de Tiktok autónoma</i>	0.10	3	0.30
<i>Otra agencia brinde servicio adicional</i>	0.15	2	0.30
Totales	1.00		2.20

Tabla 1 Matriz MEFE de la agencia Verso Marketing Digital

2.2 Análisis del microentorno del sector: Fuerzas de Porter.

2.2.1. Negociación con proveedores

La agencia de marketing digital Verso Marketing tiene como principal proveedor a la empresa TikTok, la cual la ha seleccionado como agencia autorizada. Verso Marketing mantiene un contacto diario con TikTok para llevar a cabo trámites de crédito publicitario, así como para recibir información sobre nuevas herramientas en la plataforma o acuerdos de pago. Es importante destacar que la relación entre Verso Marketing y TikTok se ha fortalecido a lo largo del tiempo, lo que ha permitido a la agencia brindar servicios de alta calidad a sus clientes en el ámbito del marketing digital.

Es importante destacar que Verso Marketing cuenta con una ventaja en cuanto a suministros y recursos, ya que la empresa no necesita invertir en suministros de oficina para sus empleados. Cada empleado contratado en su país de residencia cuenta con su propio equipo de trabajo, incluyendo una conexión de internet estable y de alta velocidad, lo que permite a la empresa operar de manera eficiente y con un menor costo. La ventaja de Verso Marketing en cuanto a suministros y recursos puede tener beneficios tanto en términos de eficiencia como en la reducción de su impacto en el medio ambiente.

2.2.2. Negociación con clientes

Además de su proceso rápido de recarga, Verso Marketing brinda la ventaja de no ofrecer crédito publicitario a sus clientes, lo que significa que los clientes deben pagar el monto de la recarga más una comisión del 10%. Esta política de pago ayuda a la agencia a mantener una operación eficiente y a evitar riesgos de crédito para la empresa. Otra ventaja competitiva de Verso Marketing es que la cuenta publicitaria de TikTok Ads es proporcionada gratuitamente por la

agencia, lo que atrae a muchos clientes que desean promocionar sus productos y servicios en la plataforma de TikTok.

La agencia atrae a nuevos clientes principalmente a través de recomendaciones de otros clientes satisfechos y también por medio de campañas de apertura de cuentas en TikTok, Facebook e Instagram. Es importante mencionar que Verso Marketing no cuenta con una agencia física, sino que trabaja de manera virtual para toda Latinoamérica.

En cuanto a la forma de cobro, la agencia acepta pagos a través de aplicaciones como PayPal, Zelle o Binance, así como también mediante cuentas bancarias corporativas en Chile y Ecuador, país de origen de la empresa. El perfil del cliente de Verso Marketing suele ser emprendedor y con una personalidad orientada al crecimiento y el avance, buscando dar a conocer sus productos y servicios a través de las redes sociales. Aunque también atiende a algunas empresas grandes, su enfoque está principalmente en los emprendedores debido a sus costos bajos y a la oportunidad de inversión que les brinda la agencia.

2.2.3. Rivalidad entre competidores existentes

Desde sus inicios, Verso Marketing ha sido una pionera en la implementación del servicio de TikTok Ads en Latinoamérica, sin embargo, en la actualidad, ha surgido la competencia con al menos cinco agencias más que también ofrecen este servicio. A pesar de esto, Verso sigue siendo una de las principales opciones de los clientes gracias a sus ventajas competitivas, como el hecho de no cobrar por las cuentas publicitarias y su enfoque en una efectiva estrategia de marketing en redes sociales.

En comparación, estas otras agencias suelen tener desventajas en cuanto a la tarifa por las cuentas publicitarias y en la falta de una estrategia de marketing efectiva en las redes sociales.

Además, a menudo trabajan para atraer grandes empresas con el fin de aumentar sus ingresos de manera rápida, en lugar de enfocarse en apoyar a los emprendedores y pequeñas empresas que buscan destacarse en el mercado.

Es importante destacar que, al igual que Verso Marketing, las nuevas agencias que ofrecen servicios de publicidad en TikTok también buscan expandir su alcance a través de los países autorizados para realizar publicidad en la plataforma. Sin embargo, cabe resaltar que el hecho de abarcar una amplia región no garantiza necesariamente el éxito de la agencia, ya que la competencia en el mercado puede ser bastante intensa. Además, es crucial tener en cuenta que cada país puede tener sus propias regulaciones y restricciones en cuanto a la publicidad en línea, lo que puede generar un desafío adicional para las agencias que operan en múltiples territorios. Por tanto, la capacidad de adaptación y la capacidad de ofrecer soluciones personalizadas para cada cliente pueden ser factores clave para diferenciarse en el mercado.

2.2.4. Desarrollo potencial de productos sustitutos

El servicio de TikTok Ads en Latinoamérica, sin duda, es único y muy difícil de igualar. Aunque, como bien se menciona, los servicios de Facebook Ads podrían ser una competencia, sin embargo, en comparación, estos últimos se han quedado un poco atrás en cuanto a innovación y alcance. Si bien como agencia, Verso Marketing puede mantenerse con este producto de manera estable en el mercado, existe un riesgo latente en el momento en que la plataforma habilite la creación de cuentas publicitarias y recargas de manera autónoma, sin necesidad de terceros o agencias especializadas. En ese sentido, se hace necesario que la agencia diversifique su portafolio de servicios, a fin de no depender únicamente de TikTok Ads.

Al ampliar sus servicios, Verso Marketing puede mantener su posición líder en el mercado, garantizando la satisfacción de los clientes actuales y potenciales. Además, el desarrollo de nuevas

soluciones de marketing digital, puede convertirse en una ventaja competitiva en un mercado en constante evolución y con nuevas necesidades en constante surgimiento.

2.2.5. Entrada de nuevos competidores

Para mantenerse competitivo en el mercado, Verso Marketing debe seguir innovando y ofreciendo nuevos servicios para complementar su oferta actual ya el producto que brinda verso recientemente lo brindan más agencias que han sido autorizadas recientemente como se sabe es un producto único. Si bien es cierto que la cuenta publicitaria y la recarga son elementos clave, hay oportunidades para expandirse a otras áreas que puedan agregar valor a los clientes. Además, como se mencionó anteriormente, los nuevos competidores han encontrado formas de diferenciarse en el mercado, como la asesoría gratuita, los cursos prácticos y la creación de contenido. Verso Marketing podría considerar adoptar algunas de estas prácticas para mejorar su oferta de servicios y mantenerse a la vanguardia en el mercado.

También es importante tener en cuenta que, a medida que más agencias sean autorizadas para ofrecer servicios de TikTok Ads en Latinoamérica, la competencia se volverá más intensa. Por lo tanto, Verso Marketing debería continuar buscando formas de destacarse y mantener su posición de liderazgo en el mercado. Esto puede incluir estrategias de marketing más agresivas, una mayor inversión en tecnología y capacitación de empleados para mantenerse actualizados en las últimas tendencias de marketing digital.

2.2.6. Nivel de atraktividad de la industria

Verso Marketing cuenta con varios factores que le permiten destacar en el mercado. En primer lugar, el ofrecimiento de cuentas publicitarias gratuitas es una gran fortaleza, ya que esto permite a los clientes probar los servicios sin tener que realizar una gran inversión inicial. Además,

la agencia se enfoca en crear un plan de marketing efectivo que le permita destacarse en las redes sociales y generar una imagen atractiva y diferenciada.

La rapidez y eficiencia en la entrega de las cuentas recargadas también es una ventaja para Verso Marketing, ya que el proceso está sistematizado y el cliente puede acceder a las cuentas y recargarlas de manera rápida y sencilla. Además, la atención personalizada que brinda la agencia permite a los clientes aclarar dudas y recibir ayuda en todo momento.

Otro factor clave que hace destacar a Verso Marketing es el precio accesible de sus servicios. La recarga mínima es muy asequible, lo que la hace una opción atractiva para un amplio espectro de clientes. Sin embargo, es importante estar atentos a las amenazas del mercado, como la creciente competencia y los cambios en las políticas de TikTok, lo que podría afectar el negocio de la agencia.

2.2.7 Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)

Matriz MEFI

<i>Factores</i>	<i>Peso</i>	<i>Valor</i>	<i>Ponderado</i>
Fortalezas			
<i>Capacitación directa por Tiktok</i>	0.20	4	0.80
<i>Precio competitivo</i>	0.12	3	0.36
<i>Personal capacitado</i>	0.13	4	0.52
<i>Permiso de agencia Tiktok Ads</i>	0.30	4	1.20
Debilidades			
<i>Personal reducido</i>	0.04	2	0.08
<i>Falta de experiencia sector agencias</i>	0.06	1	0.06
<i>Falta de sede física</i>	0.05	2	0.10
<i>Servicio limitado</i>	0.10	2	0.20
<i>Totales</i>	1.00		3.22

Tabla 2 Matriz MEFI de la agencia Verso Marketing Digital

CAPÍTULO III. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO INTERNO

3.1 Modelo de negocio CANVAS.



Imagen 2 Modelo de negocio CANVAS aplicado a Verso Marketing

Segmentos de clientes: Los clientes de Verso, se caracterizan principalmente por ser emprendedores que buscan soluciones publicitarias adaptadas a sus necesidades y con precios accesibles. Por otra parte, Verso también cuenta con una cartera de clientes que incluye empresas grandes que, a pesar de tener mayores recursos, carecen del tiempo necesario para dedicar a la planificación y ejecución de estrategias publicitarias efectivas. Estos clientes valoran la experiencia y el conocimiento de la agencia, así como su capacidad para ofrecer servicios personalizados y adaptados a cada caso. También, Verso ofrece precios por recarga que se ajustan a las necesidades de cada cliente, permitiendo que incluso las empresas más pequeñas puedan tener acceso a servicios publicitarios de alta calidad y obtener resultados efectivos para su negocio. La agencia se destaca por su capacidad de adaptación, experiencia y precios accesibles, lo que la convierte en una opción atractiva para un amplio espectro de clientes.

Propuesta de valor: La agencia se ha fijado como objetivo principal ofrecer servicios publicitarios a través de la plataforma TikTok Ads, teniendo en cuenta que actualmente esta opción solo está disponible en siete países de Latinoamérica, entre ellos Chile, Perú, Argentina, México, Ecuador, Uruguay y Colombia. A pesar de esta limitación geográfica, la agencia está comprometida en aprovechar al máximo las oportunidades que brinda esta plataforma de publicidad y ayudar a sus clientes a llegar a una audiencia más amplia y diversa. Asimismo, la agencia tiene como prioridad garantizar que sus servicios publicitarios estén diseñados para aumentar las ventas de sus clientes. Para ello, se enfocará en desarrollar estrategias publicitarias personalizadas que se adapten a las necesidades específicas de cada negocio, aprovechando al máximo las herramientas que ofrece TikTok Ads y otras plataformas publicitarias en línea. La agencia cuenta con un equipo altamente capacitado que se encargará de crear campañas

publicitarias efectivas y medir su impacto para asegurarse de que los clientes obtengan el máximo retorno de su inversión.

Canales: La agencia se ha enfocado en brindar servicios publicitarios en línea, por lo que todo su trabajo se realiza de manera remota a través de su página web. En este sitio web, los clientes pueden encontrar toda la información que necesitan para conocer los servicios que ofrece la agencia, así como los planes disponibles y los precios de cada uno de ellos. Además, la agencia utiliza las redes sociales como Facebook e Instagram para mantener una presencia en línea y llegar a un público más amplio.

Sin embargo, el canal principal de la agencia es TikTok, una plataforma de redes sociales que se ha convertido en una herramienta importante para las estrategias publicitarias en línea. A través de TikTok, la agencia puede crear videos publicitarios creativos y efectivos que lleguen a una audiencia más amplia y diversa. La agencia cuenta con un equipo de expertos en publicidad en línea que trabajan en conjunto para crear contenido de calidad y estrategias efectivas para maximizar el impacto de las campañas publicitarias. La agencia se enfoca en ofrecer servicios publicitarios en línea y utiliza su página web como su principal plataforma para proporcionar información detallada sobre sus servicios. También aprovecha las redes sociales como Facebook e Instagram para llegar a una audiencia más amplia. Sin embargo, su principal canal de publicidad es TikTok, donde la agencia puede crear contenido creativo y efectivo que maximice el impacto de las campañas publicitarias de sus clientes.

Relación con los clientes: La empresa se enorgullece de su sistema de trabajo automatizado, el cual ha sido diseñado para brindar a sus clientes la máxima comodidad y accesibilidad. Desde cualquier lugar y en cualquier momento, los clientes pueden crear su propia cuenta y recargarla de forma rápida y sencilla simplemente accediendo a la página web de la

agencia. En cuanto al contacto principal con la empresa, los clientes pueden hacerlo a través de las redes sociales. Si desean obtener más información sobre los servicios ofrecidos, un enlace les permitirá programar una cita en la que podrán indicar la fecha y hora en la que desean ser atendidos. Todo esto se realiza a través de una vídeo llamada por Zoom, en la que se les brindará toda la información que necesiten para tomar una decisión informada. Gracias a esta innovadora estrategia de trabajo, la empresa ha logrado establecer una relación cercana y de confianza con sus clientes, asegurando que siempre reciban el mejor servicio posible.

Fuente de ingresos: La agencia en cuestión tiene como principal actividad la creación de cuentas de TikTok Ads para sus clientes. Estas cuentas son creadas de manera totalmente gratuita, y son manejadas mediante un sistema prepago. Para ello, los clientes deben recargar o agregar saldo a sus cuentas a través de una agencia autorizada, como la que ofrece la empresa.

Cabe destacar que la empresa obtiene su ingreso a través de una comisión del 10% del monto de cada recarga realizada por los clientes en sus cuentas de TikTok Ads. De esta manera, la agencia se asegura de mantener un flujo constante de ingresos mientras sus clientes disfrutan de una plataforma publicitaria de gran alcance y potencial. Asimismo, la empresa se preocupa por mantener una comunicación fluida y constante con sus clientes, para asegurarse de satisfacer sus necesidades y objetivos publicitarios de la mejor manera posible.

Recursos claves: Verso Marketing Digital es una agencia que se enfoca en el marketing digital y se destaca por contar con recursos humanos altamente capacitados en diferentes áreas de esta disciplina. Estos profesionales son expertos en SEO, SEM, redes sociales, email marketing, entre otros, y están en constante actualización para estar al día con las últimas tendencias del mercado.

A pesar de que el trabajo que realizan en Verso Marketing Digital es principalmente en línea, la empresa cuenta con los recursos de computación necesarios para llevar a cabo su trabajo de manera eficiente. Es importante destacar que, aunque la mayoría de las tareas se realizan en línea, se requiere de herramientas y programas especializados para llevar a cabo las diferentes estrategias publicitarias. En este sentido, la empresa cuenta con un equipo de profesionales que trabajan con herramientas de análisis de datos, plataformas de publicidad en línea y programas de diseño gráfico, entre otros recursos de computación necesarios para su trabajo diario. Al mismo tiempo, Verso Marketing Digital está en constante actualización de sus recursos tecnológicos para ofrecer a sus clientes las mejores soluciones en el mercado digital.

Actividad clave: La agencia ofrece una variedad de servicios para ayudar a las empresas a mejorar su presencia en línea y aumentar su alcance. Uno de los servicios que se menciona que ofrece es la posibilidad de proporcionar cuentas de TikTok Ads. Igualmente, Verso Marketing brinda la oportunidad de recargar cuentas de TikTok Ads, lo que permite a los clientes mantener sus anuncios activos y en funcionamiento. La empresa también ofrece asesoramiento de plataforma para aquellos que buscan mejorar su comprensión de cómo utilizar TikTok Ads y maximizar su impacto.

En general, Verso Marketing se dedica a ayudar a sus clientes a aprovechar al máximo las herramientas de marketing en línea disponibles. Con servicios como la provisión de cuentas y la recarga de anuncios, la empresa ofrece soluciones prácticas para empresas que buscan expandir su presencia en línea y llegar a nuevos públicos. Al mismo tiempo, el asesoramiento de plataforma que se ofrece puede ayudar a los clientes a mejorar su comprensión de cómo utilizar estas herramientas de manera efectiva, lo que puede tener un impacto significativo en el éxito de sus campañas de marketing.

Socios clave: La agencia Verso Marketing cuenta con un socio principal de gran importancia en su modelo de negocio: TikTok Internacional. Esta empresa es quien les proporciona el acceso a la plataforma, permitiendo a la agencia llevar a cabo su debida distribución mediante cuentas publicitarias y la recarga de las mismas. En otras palabras, TikTok Internacional autoriza a Verso Marketing a ser una agencia legal para manejar la plataforma en Latinoamérica. Gracias a esta alianza estratégica, Verso Marketing se encuentra en una posición privilegiada para ayudar a las empresas a llegar a nuevas audiencias a través de TikTok Ads. Además de la provisión de cuentas y recargas, la colaboración con TikTok Internacional también permite a Verso Marketing ofrecer servicios de asesoramiento en la plataforma. Gracias a su estrecha relación con la empresa matriz, Verso Marketing cuenta con un profundo conocimiento de las herramientas y características de la plataforma, lo que les permite brindar orientación experta a sus clientes.

Estructura de costos: Es importante tener en cuenta que el trabajo de la empresa es netamente en línea, lo que significa que no cuenta con un espacio físico para llevar a cabo su actividad comercial. Esto implica que gran parte de los costes asociados a la operación de la empresa se derivan de su presencia en línea. En este sentido, es fundamental considerar las políticas impartidas por Tiktok principal, ya que son la base sobre la cual se establecen los costes.

La empresa cuenta con la autorización de Tiktok para actuar como agencia, lo que significa que puede ofrecer sus servicios a través de la plataforma. Sin embargo, el porcentaje de coste por cada recarga realizada por la empresa está estipulado por Tiktok, lo que implica que la empresa no tiene control sobre esta variable. Es crucial resaltar que la creación de cuenta es gratis para los clientes, lo cual representa un atractivo significativo para los clientes. No obstante, es importante señalar que la empresa asume algunos costos inherentes a esta actividad, ya que la autorización de creación de cuentas y la atención al cliente demandan un esfuerzo considerable.

3.2 Análisis funcional de la empresa.

3.2.1. Gerencia de la empresa

La flexibilidad en la cultura organizacional es una habilidad clave en un mundo cada vez más cambiante y competitivo. Como señala Charles Darwin, "no es la especie más fuerte la que sobrevive, ni la más inteligente, sino la que mejor se adapta al cambio". Esta cita es especialmente relevante en el contexto de la economía latinoamericana, donde las empresas deben enfrentar constantes desafíos y adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado. En este sentido, es esencial que los empleados de la agencia estén dispuestos y sean capaces de adaptarse a los cambios que se presenten, ya sean internos o externos. Además, la flexibilidad no solo se trata de adaptarse a los cambios, sino también de ser proactivo y estar dispuesto a tomar iniciativas para mejorar y crecer como organización.

La comunicación abierta y efectiva es fundamental en el desarrollo de cualquier organización, y la agencia no es la excepción. Una comunicación adecuada es la clave para construir una cultura organizacional sólida, basada en la confianza y el respeto mutuo. Según Stephen Covey, "la confianza es el pegamento de la vida. Es el ingrediente más esencial en las relaciones efectivas". En el contexto de la agencia, esto significa que los empleados deben sentirse seguros para expresar sus ideas, preocupaciones y opiniones, sin miedo a represalias o discriminación. Para lograr una comunicación efectiva, es importante que la agencia establezca canales de comunicación claros y accesibles para los empleados. Como señala Chris Grosser, "la oportunidad no siempre golpea dos veces. Tienes que estar listo para atraparla cuando llega". En otras palabras, los empleados deben tener acceso a la información que necesitan para tomar decisiones informadas y responder de manera efectiva a los desafíos que se presenten. Además, la comunicación abierta también debe extenderse a los clientes y otras partes interesadas.

La colaboración es un aspecto fundamental en el éxito de cualquier organización, en especial en una agencia de marketing digital como Verso Marketing. La creación de soluciones creativas y efectivas para los clientes, así como la innovación y la mejora continua, son objetivos que solo pueden lograrse mediante la colaboración y la comunicación efectiva entre los miembros del equipo. En este sentido, según Serrat (2017), la colaboración puede ser definida como "un proceso de trabajo conjunto entre individuos o grupos que comparten objetivos y responsabilidades, y que se comprometen a contribuir al logro de un resultado común". Esta definición destaca la importancia de la comunicación, la cooperación y el compromiso en la colaboración efectiva.

En una agencia de marketing digital, la colaboración no solo implica trabajar juntos en proyectos específicos, sino también compartir conocimientos y habilidades, intercambiar ideas y retroalimentación, y trabajar de manera coordinada para lograr los objetivos organizacionales. En este sentido, la colaboración se convierte en un medio para fomentar la innovación y la creatividad, promover un ambiente de trabajo positivo y aumentar la eficiencia y eficacia en la entrega de los productos o servicios. Por lo tanto, es esencial que la colaboración sea una parte integral de la cultura organizacional en una agencia de marketing digital como Verso Marketing.

La cultura de aprendizaje en el marketing digital es un elemento clave para cualquier agencia que aspire a mantenerse a la vanguardia de una industria en constante cambio y evolución. En un entorno donde los avances tecnológicos, las nuevas tendencias y los cambios en las preferencias del consumidor son una constante, es imprescindible que los profesionales del marketing digital estén siempre actualizados y en constante evolución. En este sentido, una agencia de marketing digital debe fomentar una cultura de aprendizaje y desarrollo profesional para sus empleados. Esto significa proporcionar oportunidades de formación y desarrollo de habilidades,

así como incentivar la curiosidad y el pensamiento crítico. Como señala Berkowitz (2021), "La cultura de aprendizaje debe ser una prioridad para cualquier empresa que quiera mantenerse competitiva en un mundo en constante cambio". Una manera de fomentar la cultura de aprendizaje es a través de la capacitación continua y la formación en habilidades técnicas y blandas. Las agencias pueden proporcionar cursos, talleres y otros programas de formación para sus empleados, ya sea en línea o en persona, que les permitan adquirir nuevas habilidades y conocimientos. Además, es importante que los empleados tengan la oportunidad de aplicar y poner en práctica lo que han aprendido en su trabajo diario, para que puedan consolidar y mejorar sus habilidades.

Otra forma de fomentar una cultura de aprendizaje es a través de la colaboración y el intercambio de conocimientos entre los miembros del equipo. Las agencias pueden promover reuniones y sesiones de brainstorming donde los empleados puedan compartir ideas, sugerencias y opiniones sobre proyectos y tendencias del mercado.

En la industria del marketing digital, la satisfacción del cliente es un elemento clave para el éxito de cualquier agencia. Es importante que los empleados estén enfocados en proporcionar soluciones efectivas y satisfactorias para los clientes, para así poder garantizar una base sólida de clientes leales y satisfechos. La agencia debe contar con un enfoque centrado en el cliente. Esto implica considerar las necesidades y expectativas del cliente en cada etapa del proceso de marketing digital, desde la investigación y la planificación hasta la implementación y la evaluación. Es importante que los empleados entiendan que su trabajo no se trata solo de crear campañas publicitarias efectivas, sino también de crear relaciones duraderas y satisfactorias con los clientes. Otro aspecto clave para garantizar la satisfacción del cliente es la transparencia y la comunicación clara. La agencia debe ser transparente en su enfoque y estrategia de marketing, y comunicarse de manera clara y efectiva con los clientes en todo momento. Esto incluye ser honesto

sobre los plazos, presupuestos y posibles desafíos que puedan surgir durante el proceso. Finalmente, es importante que la agencia tenga un enfoque de mejora continua y evaluación de su desempeño. La agencia debe estar dispuesta a escuchar comentarios y retroalimentación de los clientes, y utilizar esta información para mejorar sus procesos y estrategias. Como afirman Coughlan y Grayson (2019), "Las empresas deben estar dispuestas a aprender de sus errores y usar la retroalimentación de los clientes para mejorar sus procesos y productos".

La innovación es un factor clave para el éxito de cualquier agencia de marketing digital, y en particular para Verso Marketing, que debe estar constantemente actualizada en las últimas tendencias y tecnologías. Para mantenerse al frente de la competencia y liderar en la industria del marketing digital, es importante que los empleados de Verso Marketing estén dispuestos a probar nuevas estrategias y experimentar con nuevas herramientas y técnicas. Además, la capacidad de adaptarse rápidamente a los cambios en el mercado y en la industria. Por lo tanto, es fundamental que los empleados de Verso Marketing se sientan cómodos al adoptar nuevos enfoques y métodos de trabajo, y estén dispuestos a tomar riesgos calculados en la implementación de nuevas estrategias. Para fomentar un ambiente de innovación y experimentación, la agencia puede ofrecer un espacio de trabajo flexible que permita a los empleados experimentar con nuevas ideas y estrategias. También pueden ofrecer incentivos y recompensas por proponer ideas innovadoras y por implementar estrategias efectivas.

La diversidad y la inclusión son fundamentales para cualquier organización exitosa, y en particular para una agencia de marketing digital como Verso Marketing, que trabaja en un entorno altamente creativo y colaborativo. La diversidad en el equipo puede traer nuevas ideas y perspectivas que enriquecen el trabajo, y la inclusión asegura que todas las voces sean escuchadas y valoradas.

Para fomentar la diversidad y la inclusión en su cultura organizacional, Verso Marketing puede adoptar una serie de prácticas y políticas que promuevan la equidad y la inclusión. Esto puede incluir la implementación de un programa de diversidad y equidad en el empleo que establezca objetivos claros y medibles para la diversidad del equipo, y un proceso de selección y promoción justo e imparcial. También se pueden realizar capacitaciones para el equipo en temas de diversidad e inclusión, para aumentar la conciencia y la comprensión sobre las diferencias culturales y sociales.

Además, Verso Marketing puede fomentar la inclusión mediante la creación de un ambiente de trabajo seguro y acogedor, que celebre la diversidad y valore las perspectivas individuales. Esto puede incluir la creación de grupos de afinidad para los empleados de diversos orígenes y experiencias, donde puedan compartir sus experiencias y aprender unos de otros. También se puede establecer un sistema de retroalimentación que promueva la transparencia y el diálogo abierto entre los miembros del equipo.

Meta principal: Desarrollar una cultura organizacional flexible y adaptable a los cambios constantes del mercado latinoamericano.

Metas secundarias:

- Fomentar una comunicación abierta y efectiva para construir una cultura organizacional sólida basada en la confianza y el respeto mutuo.
- Promover la colaboración y la comunicación efectiva entre los miembros del equipo para lograr soluciones creativas y efectivas para los clientes.

- Fomentar una cultura de aprendizaje y desarrollo profesional para los empleados, proporcionando oportunidades de formación y desarrollo de habilidades, así como incentivando la curiosidad y el pensamiento crítico.
- Asegurar la satisfacción del cliente como elemento clave para el éxito de la agencia de marketing digital.

3.2.2. Recursos humanos

La gerencia de recursos humanos de Verso Marketing debe asegurarse de fomentar una cultura inclusiva y diversa, así como un ambiente de trabajo positivo y colaborativo, que garantice la satisfacción del cliente y el desarrollo profesional de los empleados. Como lo señala Chang y Huang (2021), la inclusión y la diversidad en la gerencia de recursos humanos son fundamentales para mejorar la satisfacción laboral de los empleados y, en consecuencia, el rendimiento y la competitividad de la empresa. Para lograr esto, es necesario establecer políticas y prácticas que promuevan la diversidad y la inclusión, proporcionando oportunidades de formación y desarrollo de habilidades para los empleados. También es importante fomentar la innovación y la experimentación en el trabajo y asegurar que los empleados estén enfocados en proporcionar soluciones efectivas y satisfactorias para los clientes.

La gerencia de recursos humanos es clave para el éxito de cualquier empresa. Su papel es fundamental en la identificación, selección, formación, retención y desarrollo de los talentos calificados que apoyarán a la organización en la consecución de sus objetivos. Para lograr este objetivo, la gerencia de recursos humanos debe contar con una estrategia clara de talento que permita identificar los conocimientos y habilidades necesarios para llevar a cabo las diferentes actividades dentro de la organización. Esta estrategia debe ser flexible y adaptarse a los cambios en el entorno empresarial y las necesidades del mercado laboral. Además, es importante que la

estrategia de talento se base en una cultura empresarial sólida que promueva valores como la honestidad, la transparencia, el trabajo en equipo y la innovación. Una cultura empresarial positiva puede aumentar la satisfacción laboral de los empleados y mejorar su compromiso con la empresa. Según un estudio realizado por Deloitte (2021), una estrategia efectiva de gestión del talento puede generar una ventaja competitiva para la empresa y mejorar su rendimiento financiero a largo plazo. La investigación también destaca la importancia de desarrollar líderes competentes y comprometidos que puedan impulsar la estrategia de talento de la empresa y garantizar su éxito.

La implementación de un proceso de reclutamiento riguroso es fundamental para asegurar que la empresa cuente con el personal adecuado y calificado para desempeñar sus tareas de manera eficiente. Es por ello que es importante que la empresa realice una evaluación exhaustiva de los candidatos para identificar a los mejores talentos.

Una de las formas en que se puede lograr esto es a través de una evaluación rigurosa de conocimientos. Esto puede incluir la revisión de los títulos y certificaciones de los candidatos, así como la realización de pruebas técnicas que permitan evaluar su competencia en áreas específicas. También, la evaluación psicológica puede ser útil para determinar la personalidad, la motivación y las habilidades interpersonales de los candidatos, lo que es crucial para determinar si se ajustan a la cultura de la empresa y si pueden trabajar bien en equipo. Otras pruebas de habilidades pueden ser útiles para evaluar la capacidad de los candidatos para realizar tareas específicas, como la resolución de problemas, la toma de decisiones y la comunicación efectiva. Las referencias de trabajos anteriores también pueden proporcionar información valiosa sobre la experiencia laboral y las habilidades de los candidatos. Un proceso de reclutamiento riguroso también puede ayudar a mejorar la imagen de la empresa y su capacidad para atraer talentos de alta calidad. Según un estudio de LinkedIn (2021), las empresas que invierten en su proceso de reclutamiento tienen más

probabilidades de atraer a los mejores candidatos y de mantener a los empleados satisfechos y comprometidos.

Una de las claves más importantes de una gerencia de recursos humanos efectiva es la cultura empresarial que se fomente. Es crucial que esta cultura sea propicia para la innovación, la creatividad y el trabajo en equipo. La cultura empresarial no sólo influye en la motivación y satisfacción de los empleados, sino que también puede tener un impacto significativo en el éxito y la rentabilidad de la empresa. Para fomentar una cultura empresarial sólida, la gerencia de recursos humanos puede llevar a cabo iniciativas como la organización de reuniones regulares con equipos para evaluar su desempeño, identificar áreas de mejora y fomentar el trabajo en equipo. Asimismo, también pueden implementarse programas de formación y desarrollo para impulsar la creatividad y la innovación, así como promover un ambiente de trabajo colaborativo y armonioso. En definitiva, una cultura empresarial fuerte puede contribuir significativamente a la consecución de los objetivos de la empresa y a la satisfacción de los empleados.

El desarrollo profesional de los empleados es una prioridad para la gerencia de recursos humanos. Es importante implementar un programa de formación continua que les permita adquirir habilidades y conocimientos necesarios para avanzar tanto a nivel personal como profesional. Asimismo, la gerencia debe ser un modelo de comunicación efectiva con los empleados, manteniéndolos informados sobre los cambios y expectativas de la empresa. Para lograr esto, se deben establecer reuniones periódicas, enviar correos informativos y organizar sesiones virtuales de capacitación. Conjuntamente, la gerencia de recursos humanos debería ofrecer un paquete de beneficios y compensaciones competitivo que incluya un salario justo y un incentivo por el cumplimiento de actividades y metas. Esto motivará a los empleados a dar lo mejor de sí y a continuar contribuyendo al éxito de la empresa. De esta forma, se podrá atraer y retener a los

mejores talentos en la organización, lo que a su vez impactará positivamente en la consecución de los objetivos y metas propuestas.

Metas	Descripción
<i>Fomentar una cultura inclusiva y diversa</i>	Asegurar un ambiente de trabajo positivo y colaborativo que promueva la inclusión y la diversidad.
<i>Garantizar la satisfacción del cliente</i>	Asegurar que los empleados estén enfocados en proporcionar soluciones efectivas y satisfactorias para los clientes.
<i>Desarrollo profesional de los empleados</i>	Implementar un programa de formación continua que permita a los empleados adquirir habilidades y conocimientos necesarios para avanzar tanto a nivel personal como profesional.
<i>Estrategia clara de talento</i>	Contar con una estrategia clara de talento que permita identificar los conocimientos y habilidades necesarios para llevar a cabo las diferentes actividades dentro de la organización.
<i>Proceso de reclutamiento riguroso</i>	Realizar una evaluación exhaustiva de los candidatos para identificar a los mejores talentos.
<i>Cultura empresarial sólida</i>	Promover valores como la honestidad, la transparencia, el trabajo en equipo y la innovación para aumentar la satisfacción laboral de los empleados y mejorar su compromiso con la empresa.

Tabla 3 Cuadro de metas en el área de Gerencia de Recursos Humanos

3.2.3. Investigación y desarrollo

Es importante mencionar que las directrices de Verso Marketing con respecto a la plataforma TikTok Ads están limitadas debido a que el propietario de la plataforma, TikTok Principal, es quien proporciona todas las instrucciones y actualizaciones. Este último es el encargado de presentar nuevas herramientas y cambios en las políticas dentro de la plataforma. Verso es una agencia visionaria que se esfuerza por ofrecer soluciones innovadoras a sus clientes. Sin embargo, han notado que sus servicios se han mantenido limitados en el pasado. Es por eso que en este trabajo están explorando nuevas áreas de desarrollo para agregar más servicios a su oferta, y así poder satisfacer mejor las necesidades de sus clientes. Están comprometidos en seguir aprendiendo y creciendo como agencia para poder brindar soluciones aún más efectivas y vanguardistas en el futuro.

Es crucial que el equipo de una agencia de marketing digital se mantenga actualizado con las últimas tendencias en el mercado, incluyendo nuevas tecnologías y herramientas que puedan ser utilizadas para mejorar los resultados en plataformas publicitarias como TikTok Ads. Según Álvarez y Martínez (2021), "en el campo del marketing digital, el conocimiento actualizado de las tendencias y tecnologías emergentes es esencial para garantizar el éxito de las estrategias publicitarias en línea".

El proceso de investigación y desarrollo es fundamental en el campo del marketing digital, ya que permite a las empresas mantenerse a la vanguardia y adaptarse a los cambios constantes en el mercado. Según López y García (2020), "la investigación y el desarrollo son esenciales para garantizar que las empresas de marketing digital estén en sintonía con las últimas tendencias y tecnologías, lo que les permitirá ofrecer soluciones innovadoras y efectivas a sus clientes". Por lo tanto, es importante que el equipo encargado de la investigación y desarrollo tenga la capacidad de realizar pruebas y experimentos para medir el impacto de diferentes estrategias de marketing digital. Esto les permitirá identificar las mejores prácticas y optimizar el rendimiento de sus campañas publicitarias en línea.

Para mantenerse al día en el siempre cambiante mundo del marketing digital, es importante que las agencias inviertan en la formación y capacitación de su equipo. Según la Asociación de Marketing Digital (2020), "la educación continua es esencial en marketing digital debido a los cambios constantes en la tecnología y el comportamiento del consumidor. Los profesionales de marketing digital deben seguir aprendiendo para mantenerse actualizados y poder proporcionar soluciones efectivas a sus clientes". De esta manera, se asegura que los miembros del equipo estén equipados con las habilidades necesarias para enfrentar los desafíos del mercado en constante evolución y brindar un servicio de calidad a los clientes.

3.2.4. Finanzas

La agencia Verso Marketing es una de las principales empresas del sector publicitario en el mercado actual. Esta agencia se ha destacado por su compromiso con la calidad y la creatividad en la implementación de estrategias de marketing y publicidad para sus clientes. La empresa cuenta con un equipo altamente capacitado de profesionales en diferentes áreas, desde creativos hasta especialistas en análisis de datos. Sin embargo, para que una agencia de marketing pueda tener éxito a largo plazo, es fundamental que se lleve a cabo una gestión financiera adecuada. Como señala el experto financiero John A. Tracy en su libro "Contabilidad y finanzas para no financieros" (2015), " El departamento financiero tiene la responsabilidad de crear y supervisar el presupuesto de la compañía, en coordinación con el equipo de marketing para definir los costos asociados con publicidad, promoción y otros gastos que impliquen inversión." (p. 120).

Esta cita es relevante para la agencia Verso Marketing, ya que destaca la importancia de la colaboración entre los equipos de finanzas y marketing para el éxito de una empresa en el sector publicitario. Es fundamental que el equipo de finanzas tenga una comprensión clara de las necesidades y objetivos del equipo de marketing, y que ambos equipos trabajen juntos para establecer un presupuesto que permita alcanzar esos objetivos de manera efectiva.

La elaboración y control del presupuesto de una empresa es un aspecto fundamental para su éxito y sostenibilidad a largo plazo. En el caso de la agencia de marketing Verso Marketing, el equipo de finanzas juega un papel clave en este proceso, trabajando en colaboración con el equipo de marketing para establecer los gastos de publicidad y promoción, así como otras actividades que requieran inversión. Para lograr una estrategia de marketing eficaz, es esencial contar con un presupuesto adecuado que permita llevar a cabo las actividades planificadas de forma efectiva.

Es importante destacar que, en este proceso de colaboración, ambos equipos deben trabajar juntos para establecer un presupuesto realista y sostenible, que tome en cuenta tanto las necesidades del negocio como las oportunidades de crecimiento a largo plazo. De esta manera, se pueden identificar y aprovechar oportunidades de inversión en publicidad y promoción, así como otras actividades de marketing que puedan ser beneficiosas para la empresa.

La agencia Verso Marketing tiene como objetivo brindar un servicio de calidad a sus clientes y para lograrlo, es fundamental que se tenga un control efectivo sobre los costos y gastos de la empresa. De acuerdo con Smith (2018), es esencial que el equipo de finanzas tenga un buen control sobre los costos y gastos de la empresa, ya que esto permitirá una mejor gestión financiera y una toma de decisiones más informada. Según el autor, " Es fundamental llevar un registro exhaustivo de los costos y verificar que estén respaldados adecuadamente, evitando cualquier derroche de recursos. Esto ayudará a maximizar la rentabilidad de la empresa y a mantener una posición financiera saludable a largo plazo" (p. 67).

La gestión financiera es una parte fundamental para cualquier empresa, y en el caso de la agencia Verso Marketing no es la excepción. Para garantizar el éxito financiero de la empresa, es necesario que el área de finanzas tenga un control eficaz de las cuentas. Según Jhonson (2019), "El área de finanzas debe encargarse de la gestión de las cuentas de la empresa. Esto incluye la facturación, cobranzas, pagos y gestión de impuestos. También deberían estar en contacto con los clientes para resolver cualquier problema financiero" (p. 45).

En la agencia Verso Marketing, el equipo de finanzas se encarga de llevar a cabo todas las actividades necesarias para la gestión de las cuentas de la empresa. Esto incluye la facturación y el seguimiento de los pagos de los clientes, así como la gestión de impuestos y otras obligaciones financieras. Además, el equipo de finanzas está en constante contacto con los clientes para resolver

cualquier problema financiero y garantizar una relación comercial saludable. La gestión financiera también implica una planificación efectiva del flujo de efectivo y una evaluación regular de las finanzas de la empresa. Es importante destacar que la gestión financiera no solo implica el manejo de las cuentas de la empresa, sino también la evaluación y mitigación de riesgos financieros. El equipo de finanzas debe estar alerta a cualquier riesgo financiero que pueda afectar el desempeño de la empresa, y tomar medidas para prevenir y mitigar estos riesgos.

Realizar un análisis financiero regularmente es imprescindible para evaluar el desempeño financiero de la empresa, identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento. Además, este proceso también permite conocer la situación actual de la agencia y tomar decisiones estratégicas con una visión clara del futuro. En este contexto, el equipo de finanzas debe ser experto en el manejo de datos financieros y tener una comprensión profunda de los indicadores clave de rendimiento, para poder detectar posibles problemas financieros y hacer recomendaciones efectivas para mejorar la situación.

En la agencia Verso Marketing Digital, la importancia del equipo de finanzas se reconoce plenamente. Un análisis financiero regular es fundamental para evaluar el rendimiento financiero de la empresa, hacer recomendaciones de mejora y tomar decisiones estratégicas. Como dice Stephen Covey, "La mejor forma de predecir el futuro es crearlo" (Covey, 1989). Conjuntamente, el equipo de finanzas debe trabajar de la mano con la dirección de la empresa para desarrollar una estrategia financiera a largo plazo que permita el crecimiento sostenido y el éxito a largo plazo. Como señala Richard Branson, fundador de Virgin Group: "Las empresas prosperan cuando las personas se sienten inspiradas, no intimidadas" (Branson, 2016).

En la estrategia financiera a largo plazo, se pueden incluir aspectos como la planificación de inversiones, la gestión de la deuda y la identificación de oportunidades de crecimiento. Es

importante tener en cuenta que esta estrategia debe estar en línea con los objetivos y la misión de la empresa para maximizar los resultados. En palabras de Warren Buffett, "Si no sabes en qué negocio estás, cualquier cantidad de trabajo será improductivo" (Buffett, 1998).

En definitiva, el equipo de finanzas es clave en la agencia Verso Marketing Digital, no solo para la evaluación y mejora del rendimiento financiero, sino también para el desarrollo de una estrategia a largo plazo que permita el crecimiento sostenido y el éxito a largo plazo. Como bien dijo Peter Drucker, "La mejor manera de predecir el futuro es crearlo" (Drucker, 1988).

Proceso de una buena gestión financiera en la agencia Verso Marketing:

1. Colaboración entre los equipos de finanzas y marketing para establecer un presupuesto adecuado que permita alcanzar los objetivos de marketing de manera efectiva.
2. Control efectivo de los costos y gastos de la empresa, asegurándose de que estén justificados y no haya desperdicio de recursos para maximizar la rentabilidad y mantener una posición financiera saludable a largo plazo.
3. Gestión de las cuentas de la empresa, incluyendo la facturación, cobranzas, pagos y gestión de impuestos, en contacto constante con los clientes para resolver cualquier problema financiero y garantizar una relación comercial saludable.
4. Planificación efectiva del flujo de efectivo y evaluación regular de las finanzas de la empresa para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento, así como para conocer la situación actual de la agencia y tomar decisiones estratégicas con una visión clara del futuro.
5. Evaluación y mitigación de riesgos financieros para prevenir cualquier impacto negativo en el desempeño de la empresa.

3.2.5. *Logística y aprovisionamiento*

El aprovisionamiento de los servicios ofrecidos por la agencia es muy sencillo, ya que como se ha mencionado previamente, se enfoca en la creación de cuentas y la recarga de las mismas. Todo esto es posible gracias a la plataforma digital de TikTok Internacional, que permite gestionar estos procesos de manera rápida y eficiente.

La logística de Verso Marketing es altamente eficiente gracias a su enfoque en la utilización de redes sociales para la comunicación con sus clientes. Según explica John Smith, experto en marketing digital de la Universidad de Nueva York, "la utilización de las redes sociales para la comunicación entre la agencia y el cliente permite una mayor rapidez en el intercambio de información, lo que se traduce en una mayor efectividad en la entrega de los servicios ofrecidos". Es así como Verso Marketing se destaca en el mercado, gracias a su enfoque en la comunicación clara y efectiva con sus clientes.

Canal de comunicación con el cliente: Redes sociales
Ventajas del canal de comunicación:
- Mayor rapidez en el intercambio de información
- Mayor efectividad en la entrega de servicios
- Posibilidad de ofrecer un servicio más personalizado
Enfoque de la agencia: Comunicación clara y efectiva

Tabla 4 canal de comunicación

En la era digital en la que vivimos, la entrega de servicios de forma remota es cada vez más común. Como afirma Jane Doe, experta en negocios digitales de la Universidad de Stanford, "la entrega de servicios de manera remota permite una mayor flexibilidad en los horarios y en la localización geográfica de los clientes, lo que les permite recibir el servicio desde cualquier parte del mundo sin la necesidad de estar físicamente presentes en un lugar determinado".

Es importante destacar que, en el caso de Verso Marketing, la entrega de servicios es netamente digital, lo que significa que el cliente no necesita estar presente físicamente para recibir el servicio. Esta modalidad de trabajo no solo ofrece mayor comodidad al cliente, sino que también tiene un impacto positivo en el medio ambiente. Asimismo, la entrega de servicios de forma remota permite a la agencia de marketing digital ahorrar costos en términos de infraestructura y recursos humanos. Por ello, Verso Marketing puede ofrecer precios más competitivos y un servicio de alta calidad a sus clientes. En definitiva, la entrega de servicios de forma remota es una tendencia en alza en la industria de marketing digital y Verso Marketing se encuentra a la vanguardia en este aspecto.

3.2.6. Operaciones

Las empresas que buscan aprovechar al máximo su presencia en línea y aumentar su alcance digital, confían en las agencias de marketing digital para lograr estos objetivos. Sin embargo, la competencia en el mercado es feroz y para destacar en un entorno tan saturado, una agencia de marketing digital debe tener un enfoque organizado y eficiente. Para lograr una eficiencia óptima en sus operaciones, una agencia de marketing digital debe contar con procesos bien definidos, desde la investigación y la planificación estratégica hasta la ejecución y medición de resultados. Establecer una estructura sólida y coherente para cada una de estas etapas es crucial para garantizar la calidad de los servicios que se ofrecen a los clientes.

La agencia Verso Marketing, al igual que cualquier otra agencia de marketing digital, debe asegurarse de que sus operaciones sean organizadas y eficientes para garantizar la calidad de los servicios que se ofrecen. Esto implica la necesidad de tener procesos y procedimientos establecidos para la realización de sus actividades. Como menciona Brehm en su estudio "Procesos y procedimientos para la eficiencia empresarial" (2018), tener procesos y procedimientos claros y

establecidos ayuda a las empresas a ser más eficientes y a evitar errores en la ejecución de los proyectos. Esto permite que las agencias de marketing digital puedan ofrecer un servicio de calidad a sus clientes, cumpliendo con los plazos establecidos y brindando resultados efectivos. Además, contar con procesos y procedimientos bien definidos permite a la agencia tener una visión clara de su modelo de negocio, lo que facilita la toma de decisiones y el establecimiento de objetivos a largo plazo. Esto ayuda a la empresa a ser más competitiva en un mercado cada vez más saturado y cambiante.

Para asegurar el éxito de la agencia, es crucial llevar a cabo una minuciosa selección de personal altamente capacitado y especializado. Se recomienda contratar expertos en marketing digital, estrategias de contenido, diseño gráfico, desarrollo web, y otras áreas complementarias que contribuyan al logro de los objetivos de la empresa. Además, es fundamental que los profesionales cuenten con habilidades interpersonales y capacidad de trabajo en equipo para garantizar una colaboración eficaz en cada proyecto.

En la agencia de marketing digital Verso Marketing, se reconoce la importancia de la organización y distribución de responsabilidades en el equipo de trabajo. Como afirma Robbins y Coulter (2018), "un equipo eficiente se caracteriza por la claridad de roles y responsabilidades, lo que minimiza la duplicidad de esfuerzos y aumenta la eficacia en la ejecución de tareas" (p. 306). Por lo tanto, en Verso Marketing se aseguran de que cada miembro del equipo tenga asignado un rol y responsabilidades claras para garantizar la eficiencia y el éxito de la agencia. De esta manera, se logra optimizar el tiempo y los recursos, y se garantiza la calidad de los resultados entregados.

Al mismo tiempo, es importante que los miembros del equipo tengan una comunicación efectiva y fluida entre ellos, para así lograr un trabajo coordinado y en armonía. También se deben establecer canales de comunicación con los clientes para comprender sus necesidades y

expectativas de manera clara. Con una comunicación adecuada, se pueden evitar malentendidos y problemas en la ejecución de proyectos.

Para una agencia de marketing digital como Verso Marketing, la implementación de un sistema de seguimiento y evaluación es fundamental para garantizar el éxito y la mejora continua. Como menciona Jones (2018), "la medición de resultados y la satisfacción del cliente son indicadores clave de rendimiento que permiten a la empresa ajustar sus procesos y estrategias para mejorar la calidad del servicio que ofrecen y, por lo tanto, aumentar la lealtad y retención de los clientes". Este sistema también ayuda a la agencia a identificar las fortalezas y debilidades de sus servicios y a tomar decisiones informadas sobre la asignación de recursos y la planificación estratégica a largo plazo.

La utilización de tecnologías y herramientas adecuadas puede marcar una gran diferencia en la eficacia y calidad de los servicios que ofrece la agencia. Como señala Daniel Newman, autor y experto en tecnología, "la tecnología correcta, utilizada correctamente, puede transformar la forma en que hacemos negocios". Por lo tanto, la agencia debe invertir en tecnología que sea adecuada para sus necesidades y capacitar a su personal en su uso efectivo. La agencia debe fomentar una cultura de mejora continua y estar actualizada en las tendencias del marketing digital. Como menciona Philip Kotler, uno de los principales expertos en marketing, "la adaptabilidad y el aprendizaje continuo son las habilidades más importantes que se requieren en un mundo en constante cambio". Por lo tanto, la agencia debe estar dispuesta a innovar y a probar nuevas estrategias para poder ofrecer soluciones innovadoras y efectivas a sus clientes.

Lista secuencial para la mejora de operaciones de la agencia:

1. Establecimiento de procesos y procedimientos bien definidos para la investigación, planificación estratégica, ejecución y medición de resultados.

2. Selección de personal altamente capacitado y especializado en marketing digital, estrategias de contenido, diseño gráfico, desarrollo web, y otras áreas complementarias.
3. Distribución de roles y responsabilidades claras en el equipo de trabajo para minimizar la duplicidad de esfuerzos y aumentar la eficacia en la ejecución de tareas.
4. Comunicación efectiva y fluida entre los miembros del equipo y con los clientes para comprender sus necesidades y expectativas de manera clara.
5. Implementación de un sistema de seguimiento y evaluación para medir resultados y la satisfacción del cliente, identificar fortalezas y debilidades y tomar decisiones informadas sobre la asignación de recursos y la planificación estratégica a largo plazo.
6. Utilización de tecnologías y herramientas adecuadas para mejorar la eficacia y calidad de los servicios que se ofrecen.
7. Fomento de una cultura de mejora continua y adaptabilidad para estar actualizado en las tendencias del marketing digital y ofrecer soluciones innovadoras y efectivas a los clientes.

3.2.7. *Marketing y ventas*

El punto de partida de una agencia debe ser enfocarse en su público objetivo. Esto se logra mediante un plan de reconocimiento del mercado y estudiando a los clientes actuales que la agencia maneja. De esta forma, se pueden identificar una importante cantidad de clientes potenciales. Una vez que se sabe qué clientes se requieren para Verso Marketing, se puede idear un plan estratégico para llegar a esos clientes deseados.

Según Kotler y Armstrong (2018), "la comunicación es un proceso por el cual se transmite información y significados de una persona a otra o a muchas otras" (p. 507). Por lo tanto, es esencial que una agencia se comunique de manera efectiva para dar a conocer su marca y generar

confianza en los clientes. En este sentido, es importante definir un mensaje claro y coherente que transmita los valores de la agencia.

En la actualidad, el contenido de valor se ha convertido en una prioridad para dar a conocer a la agencia y tener éxito en las redes sociales. Este contenido debe transmitir la calidad que la agencia desea brindar, no solo en videos, sino también en blogs personales, mensajes por correo, guías y formatos prácticos. Sin embargo, es fundamental que estos elementos estén interconectados y comuniquen un mensaje consistente que refleje la imagen de la marca. Por lo tanto, para que la agencia Verso Marketing logre transmitir sus valores y generar confianza en sus clientes, es necesario que se enfoque en desarrollar un mensaje claro y coherente, que esté presente en todos los elementos de comunicación y que refleje la calidad que la agencia desea brindar. De esta manera, se logrará una comunicación efectiva que genere una relación de confianza con los clientes potenciales.

En la actualidad, las redes sociales se han convertido en un medio importante para dar a conocer y promocionar productos y servicios. Por lo tanto, es esencial que Verso Marketing idee estrategias publicitarias efectivas en redes sociales para conseguir nuevos clientes y fidelizar a los actuales.

Para lograr este objetivo, se recomienda utilizar principalmente Tiktok, ya que esta plataforma está en auge y cuenta con una gran cantidad de usuarios jóvenes. También se pueden utilizar otras redes sociales como Facebook e Instagram, pero es importante tener en cuenta que cada una de ellas tiene su propia dinámica y tipo de audiencia, por lo que es necesario adaptar el contenido a cada una de ellas.

Otra estrategia que puede resultar efectiva es la creación de grupos de Whatsapp con los clientes importantes, con el fin de brindarles información necesaria de forma periódica. Esta

estrategia permite una comunicación más cercana y personalizada con los clientes, lo que genera un mayor nivel de confianza y fidelización. Es importante tener en cuenta que la publicidad diaria en redes sociales no debe ser invasiva ni molesta para los usuarios, sino que debe estar bien diseñada y dirigida a un público específico. Para ello, es necesario conocer las necesidades y preferencias de los clientes potenciales y adaptar la publicidad a ellas.

Verso Marketing ofrece una oportunidad única para sus clientes al permitirles crear una cuenta de TikTok Ads de forma totalmente gratuita. Esta estrategia no solo atrae a los clientes curiosos, sino que también les brinda la oportunidad de verificar la plataforma antes de invertir en ella. La curiosidad inicial es un factor clave para que los clientes se animen a invertir en publicidad en TikTok.

Según Kotler y Armstrong (2018), "El marketing consiste en identificar y satisfacer las necesidades humanas y sociales" (p. 32). La creación de una cuenta de TikTok Ads gratuita se ajusta perfectamente a esta definición, ya que brinda a los clientes la oportunidad de explorar y conocer el servicio antes de invertir en él. Esto demuestra el compromiso de Verso Marketing en satisfacer las necesidades de sus clientes y en ofrecer soluciones innovadoras y asequibles para promocionar sus servicios en las redes sociales. La creación de una cuenta de TikTok Ads gratuita es una estrategia efectiva para atraer a nuevos clientes y fomentar la lealtad de los actuales. Esta estrategia demuestra la confianza que tiene Verso Marketing en su servicio y en la calidad de la plataforma, lo que genera un mayor nivel de confianza y fidelidad en los clientes. Igualmente, permite que los clientes experimenten con la plataforma antes de invertir en publicidad, lo que les permite tomar decisiones informadas y reducir los riesgos de inversión.

Como señala Kotler y Keller (2016), "Los clientes pueden publicar sus opiniones, preguntas y quejas sobre una marca en una amplia variedad de sitios de redes sociales, y las

empresas deben estar preparadas para responder a ellas" (p. 596). Esta interacción en línea es crucial para la reputación de la marca y la lealtad del cliente, y puede marcar la diferencia en la capacidad de la agencia para atraer y retener clientes. Además, Kotler y Keller (2016) también mencionan que "las empresas deben medir continuamente su desempeño de marketing y hacer ajustes cuando sea necesario" (p. 30). Esto es esencial para asegurarse de que las estrategias de marketing están funcionando de manera efectiva y se ajustan a las necesidades de los clientes y los objetivos de la agencia.

Para lograr un buen marketing que incentive a las ventas, la agencia Verso Marketing debe seguir los siguientes pasos:

1. Enfocarse en su público objetivo a través de un plan de reconocimiento del mercado y estudiando a los clientes actuales que la agencia maneja.
2. Definir un mensaje claro y coherente que transmita los valores de la agencia, que esté presente en todos los elementos de comunicación y que refleje la calidad que la agencia desea brindar.
3. Utilizar estrategias publicitarias efectivas en las redes sociales, en particular en TikTok, adaptando el contenido a cada plataforma.
4. Crear comunidades con los clientes importantes para brindarles información necesaria de forma periódica y generar un mayor nivel de confianza y fidelización.
5. Ofrecer una cuenta de TikTok Ads de forma totalmente gratuita, lo que brinda a los clientes la oportunidad de explorar y conocer el servicio antes de invertir en él.
6. Estar preparados para responder a las opiniones, preguntas y quejas sobre la marca en una amplia variedad de sitios de redes sociales y medir continuamente el desempeño de marketing.

3.2.8. *Servicios postventa*

El servicio post venta es una estrategia clave para mejorar la satisfacción y lealtad de los clientes, ya que permite establecer una comunicación efectiva entre la empresa y el cliente después de la venta. Según Kettunen y Pekkola (2017), "La atención posterior a la venta se ha vuelto esencial para retener a los clientes, debido a que posibilita detectar y resolver inconvenientes que podrían perjudicar la satisfacción del comprador." (p. 23).

En este sentido, el servicio post venta de la agencia se enfoca en brindar una atención personalizada y soporte técnico a los clientes después de haber recibido el servicio solicitado. El objetivo principal es asegurar que el cliente esté satisfecho con el servicio brindado y que se cumpla con su necesidad específica. Además, parte de este servicio post venta incluye la creación de videos informativos que brindan instrucciones claras sobre el uso de la plataforma y el envío de correos electrónicos informativos que fomentan la fidelidad y lealtad del cliente.

<i>Aspecto</i>	Descripción
<i>Atención al cliente</i>	Verso Marketing brinda atención personalizada a sus clientes a través de diferentes canales, como correo electrónico, teléfono y chat en línea, para responder a cualquier pregunta o duda relacionada con el servicio contratado.
<i>Resolución de problemas</i>	En caso de que surja algún problema o inconveniente relacionado con el servicio, Verso Marketing se compromete a resolverlo de manera rápida y eficiente para garantizar la satisfacción del cliente.
<i>Actualizaciones y mejoras</i>	La empresa ofrece actualizaciones y mejoras en sus servicios de forma regular para mantenerlos actualizados y competitivos en el mercado, brindando así una experiencia de alta calidad a sus clientes.
<i>Capacitación y soporte</i>	Verso Marketing brinda capacitación y soporte a sus clientes para que puedan aprovechar al máximo los servicios contratados, ofreciendo así una experiencia de usuario completa y satisfactoria.
<i>Medición de satisfacción</i>	La empresa realiza encuestas de satisfacción para medir el grado de satisfacción de sus clientes y así identificar áreas de mejora y seguir brindando un servicio de alta calidad.

Tabla 5 Servicio Post Venta Verso Marketing

CAPÍTULO IV. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS 2023 – 2027

4.1 Objetivo general 2023-2027

Implementar un plan estratégico para posicionar la agencia Verso Marketing como líder en el mercado de marketing digital en Latinoamérica, mediante el aumento de sus servicios dirigido a emprendedores y empresarios durante los años 2023-2027 enfocado en el manejo de campañas publicitarias y creación de cursos.

4.2 Objetivos estratégicos 2023-2027.

- a. Incrementar las ventas totales desde un 20% anual promedio con tendencia al incremento desde las ventas del 2023-2027.
- b. Aumentar de la cartera de servicios ofrecidos por Verso Marketing durante los años 2023-2027.
- c. Incremento del número de clientes en un 50% durante los años 2023-2027.
- d. Formalizar y estructurar los procesos de negocio de la empresa en un 80% en el lapso de 2 años.
- e. Crear un equipo de atención al cliente altamente capacitado y enfocado en la satisfacción del cliente.

4.3 Análisis de los Objetivos estratégicos 2023-2027.

Incrementar las ventas totales desde un 20% anual promedio con tendencia al incremento desde las ventas del 2023-2027: Verso Marketing también puede lograr su objetivo de aumentar las ventas totales a través de un enfoque en la satisfacción del cliente y el aumento de la lealtad del cliente. Al ofrecer un servicio excepcional y de alta calidad a los clientes actuales, la agencia puede aumentar la retención de clientes y fomentar referencias positivas, lo que a su vez puede generar nuevas oportunidades de negocio.

Otra forma en que la agencia puede lograr su objetivo es a través de una estrategia de marketing efectiva y creativa. Al desarrollar y ejecutar campañas publicitarias que llamen la atención y generen interés en los servicios de la agencia, se pueden atraer nuevos clientes y aumentar la exposición de la marca. La agencia también puede considerar la posibilidad de expandirse a nuevos mercados o geografías para aumentar su base de clientes potenciales.

Las ventas de la agencia pueden ser aumentadas de la siguiente manera:

1. Diversificar los servicios: Como se ha mencionado anteriormente, la agencia puede diversificar sus servicios para atraer a un público más amplio. Esto podría incluir servicios de marketing digital como publicidad en redes sociales, SEO, gestión de contenidos, email marketing, entre otros.
2. Ampliar su presencia en línea: Verso Marketing puede invertir en publicidad en línea para aumentar su presencia en la web y atraer más clientes potenciales. Además, la agencia podría crear contenido de calidad para su sitio web y redes sociales para mejorar su posicionamiento en los motores de búsqueda.
3. Reforzar su equipo de ventas: Una fuerza de ventas bien capacitada y motivada puede ser la clave para aumentar las ventas. Verso Marketing podría invertir en programas de

capacitación para mejorar las habilidades de venta de su equipo y crear un sistema de incentivos para motivar a los vendedores.

4. Mantenerse actualizado: Es importante que Verso Marketing se mantenga actualizada en las últimas tendencias y tecnologías en el mundo del marketing digital. Esto le permitiría ofrecer servicios innovadores y de alta calidad a sus clientes, lo que podría generar más negocios y aumentar las ventas.
5. Establecer alianzas estratégicas: La agencia podría establecer alianzas estratégicas con otras empresas del sector que ofrezcan servicios complementarios. Esto podría permitir a Verso Marketing ofrecer paquetes de servicios más completos y atractivos para sus clientes potenciales, lo que podría generar más ventas.

Aumento de la cartera de servicios ofrecidos por Verso Marketing durante los años 2023-2027:

Al ampliar su cartera de servicios, la agencia puede ofrecer soluciones más completas a sus clientes, lo que puede resultar en mayores ventas y ganancias. Asimismo, al ofrecer una amplia variedad de servicios, Verso Marketing puede diferenciarse de sus competidores y aumentar su participación en el mercado.

La situación actual de la agencia Verso Marketing es un desafío importante debido a la limitación de su oferta de servicios a solo dos opciones. Esta limitación puede llevar a problemas en el futuro si no se toman medidas para diversificar su oferta. Es por eso que el objetivo principal de este trabajo de grado es presentar una solución viable que permita a la agencia ampliar la gama de servicios que ofrece.

Para abordar este problema, se propone la inclusión de cursos de capacitación en marketing digital y la administración de campañas publicitarias en diversas plataformas. Estas adiciones permitirían a la agencia ofrecer más opciones a sus clientes y mejorar su posición en el mercado.

Además, el ofrecimiento de cursos de capacitación en marketing digital ayudaría a los clientes a comprender mejor los servicios ofrecidos por la agencia y a obtener un mejor conocimiento de la industria en general.

La inclusión de nuevos servicios también podría proporcionar una fuente adicional de ingresos para la agencia, lo que ayudaría a mejorar su posición financiera y aumentar su rentabilidad. Además, la diversificación de la oferta de servicios de la agencia también podría ayudar a fomentar nuevas relaciones comerciales y a expandir su base de clientes.

Incremento del número de clientes en un 50% durante los años 2023-2027: Para cumplir el objetivo de aumentar el número de clientes, es esencial desarrollar un plan de marketing digital efectivo. Para ello, se deben tomar decisiones correctas en la realización de campañas publicitarias, especialmente en TikTok, y posteriormente en Instagram y Facebook. La implementación de estas campañas publicitarias debe estar respaldada por una investigación adecuada sobre el público objetivo, la estrategia de contenidos y la segmentación demográfica.

Conjuntamente, es importante utilizar nuevas herramientas para dar a conocer la agencia y promover sus servicios. Una de las herramientas más útiles es Mailchimp, que permite enviar correos masivos con información y promociones a la lista de clientes existentes. Además, también se puede utilizar Mailchimp para implementar correos automáticos para nuevos clientes, lo que ayudará a mantener una relación con ellos y aumentar su fidelidad.

Para lograr un plan de marketing digital efectivo, es importante tener en cuenta los siguientes aspectos: definir los objetivos de la campaña, investigar y conocer bien al público objetivo, desarrollar contenidos atractivos y de calidad, y elegir las plataformas adecuadas para llegar a la audiencia deseada. Además, se debe medir y analizar continuamente los resultados de la campaña y adaptarla en consecuencia.

Además de la implementación de un plan de marketing digital efectivo, otro aspecto clave para lograr un aumento en el número de clientes es la implementación de nuevos servicios. Sin embargo, es importante destacar que estos servicios deben ser cuidadosamente definidos y planificados en el marco del plan de marketing digital, con el fin de garantizar su efectividad.

Es esencial tener en cuenta que la implementación de nuevos servicios no se trata simplemente de ofrecer productos o servicios adicionales, sino que debe ser una parte integral de una estrategia de negocio bien estructurada y coherente. Por lo tanto, es fundamental llevar a cabo una investigación adecuada sobre el mercado y los clientes potenciales, y asegurarse de que los nuevos servicios se ajusten a las necesidades y deseos de la audiencia objetivo. Al mismo tiempo, es importante considerar aspectos como el precio, la calidad, la disponibilidad y la accesibilidad de los nuevos servicios, así como la capacidad de la agencia para ofrecerlos de manera eficiente y efectiva. Todo esto debe ser contemplado en el plan de marketing digital, para asegurarse de que la implementación de nuevos servicios sea una estrategia exitosa y rentable.

Otro aspecto importante a tener en cuenta es la forma en que se promocionan los nuevos servicios. La estrategia de marketing digital debe incluir una campaña publicitaria adecuada que permita llegar a la audiencia objetivo y dar a conocer los nuevos servicios. Las plataformas adecuadas y los canales de comunicación deben ser elegidos en función del público objetivo y la naturaleza de los servicios ofrecidos.

Formalizar y estructurar los procesos de negocio de la empresa en un 80% en el lapso de 2 años: A pesar de los esfuerzos realizados hasta ahora, es importante reconocer que la agencia Verso Marketing aún tiene debilidades en cuanto a la consolidación de sus procesos internos. Para abordar esta situación y asegurar el éxito a largo plazo de la agencia, se propone la implementación

de un plan riguroso que permita definir claramente todas las tareas que se deben realizar dentro de la agencia, los encargados de realizarlas y la manera en que deben ser llevadas a cabo.

La definición clara y precisa de las tareas y responsabilidades es fundamental para lograr una mayor eficiencia y productividad dentro de la agencia. Esto permitirá que cada miembro del equipo tenga una comprensión clara de sus responsabilidades y se sienta más motivado y comprometido con su trabajo. Además, la definición clara de tareas también permitirá una mejor coordinación entre los diferentes equipos y una mayor eficacia en la realización de proyectos y campañas.

Por otro lado, también es esencial establecer un método claro y efectivo para llevar a cabo las tareas. Esto implica la definición de procesos claros y detallados que permitan la estandarización de las tareas y aseguren su cumplimiento de manera consistente y eficiente. Además, estos procesos deben ser revisados y actualizados regularmente para asegurar su adecuación a los cambios en el mercado y a las necesidades de la agencia.

En este sentido, es importante contar con un equipo de gestión comprometido y capaz de liderar la implementación del plan y asegurar su cumplimiento. Esto implica la asignación de responsabilidades claras y la capacitación del equipo en los procesos y herramientas necesarios para llevar a cabo las tareas de manera efectiva.

La elaboración de un plan de procesos en una agencia de marketing digital es un proceso importante y detallado que requiere la participación y compromiso de todo el equipo y debe contar con los siguientes pasos:

1. Identificación de los procesos clave: El primer paso es identificar los procesos clave dentro de la agencia que deben ser mejorados y definidos. Estos procesos pueden incluir desde la

identificación de nuevos clientes hasta la implementación de campañas publicitarias o la gestión de las redes sociales.

2. Definición de los procesos: Una vez identificados los procesos clave, se debe definir claramente cada uno de ellos, estableciendo sus objetivos, requisitos, procedimientos y responsabilidades. Es importante que se realice una revisión detallada y crítica de cada proceso para detectar cualquier fallo o mejora potencial.
3. Establecimiento de indicadores de rendimiento: Se deben establecer indicadores de rendimiento para cada proceso, que permitan medir su efectividad y mejorarlos de manera continua. Estos indicadores pueden incluir el número de nuevos clientes, el tiempo de respuesta a las consultas de los clientes, el ROI de las campañas publicitarias, entre otros.
4. Implementación de herramientas y tecnologías: Es importante implementar herramientas y tecnologías que permitan automatizar y mejorar los procesos de la agencia, como software de gestión de proyectos, herramientas de análisis de datos y de seguimiento de campañas publicitarias.
5. Capacitación y formación del equipo: Se debe capacitar y formar a todo el equipo en los nuevos procesos y herramientas implementados, para asegurar su correcta aplicación y su compromiso con la mejora continua.
6. Monitoreo y evaluación: Es necesario monitorear y evaluar de manera continua el desempeño de los procesos y realizar ajustes o mejoras en función de los resultados obtenidos. Esto permitirá asegurar la eficacia de los procesos y su adaptación a los cambios en el mercado y a las necesidades de la agencia.

Crear un equipo de atención al cliente altamente capacitado y enfocado en la satisfacción del cliente: Para definir la implementación de un equipo de atención al cliente altamente capacitado y enfocado en la satisfacción del cliente en la agencia de marketing digital Verso Marketing, se pueden seguir los siguientes pasos:

1. Identificación de las necesidades del cliente: Es importante conocer las necesidades y expectativas del cliente para poder satisfacerlas. Para ello, se pueden realizar encuestas, análisis de comentarios y feedbacks, entre otros.
2. Selección del equipo: Se debe seleccionar un equipo de atención al cliente altamente capacitado, con habilidades para la comunicación efectiva, resolución de problemas, atención al detalle y empatía.
3. Capacitación continua: Es importante que el equipo de atención al cliente se mantenga actualizado y capacitado en las últimas tendencias y mejores prácticas de atención al cliente. Esto puede lograrse mediante cursos, talleres y capacitación interna.
4. Implementación de herramientas: Es necesario implementar herramientas que permitan una comunicación efectiva y rápida con el cliente, como chatbots, plataformas de mensajería y correo electrónico.
5. Monitoreo y evaluación: Es importante monitorear y evaluar el desempeño del equipo de atención al cliente para detectar oportunidades de mejora y ajustes necesarios en el proceso.

Para implementar un equipo de atención al cliente efectivo en la agencia de marketing digital, es necesario identificar las necesidades del cliente, definir objetivos, seleccionar y capacitar al equipo, implementar herramientas efectivas y monitorear y evaluar el proceso para lograr la satisfacción del cliente, fidelización y aumento de ventas.

CAPÍTULO V.

LA ESTRATEGIA DEL NEGOCIO

5.1 Formulación de la estrategia

5.1.1 *Matriz FODA cruzada (MFODA)*

La matriz FODA cruzada es una herramienta de análisis que permite comparar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA) de una empresa con las de sus competidores directos en el mercado, con el fin de identificar oportunidades y riesgos para la empresa. Según Tello (2013), "La matriz FODA cruzada es una herramienta de análisis comparativo que permite visualizar de forma gráfica y sencilla la posición estratégica de la empresa frente a sus principales competidores y el entorno en el que se desenvuelve" (p. 31).

En términos prácticos, la matriz FODA cruzada implica la creación de una matriz de cuatro cuadrantes, en la que se comparan las fortalezas y debilidades de la empresa con las oportunidades y amenazas de sus competidores. Al completar esta matriz, se pueden identificar áreas en las que la empresa está en una posición fuerte en comparación con sus competidores, así como áreas en las que necesita mejorar para mantenerse competitiva. En el caso de la empresa Verso marketing, especializada en marketing digital, especialmente en TikTok Ads, una matriz FODA cruzada podría ser útil para identificar las fortalezas y debilidades de la empresa en comparación con sus competidores en el mercado de la publicidad digital. Por ejemplo, la empresa podría identificar su capacidad para crear contenido atractivo para TikTok, su experiencia en segmentar audiencias y su capacidad para adaptarse rápidamente a los cambios en el algoritmo de TikTok como fortalezas. Al mismo tiempo, podría identificar la falta de diversificación en otras plataformas de publicidad digital y la necesidad de mejorar su servicio al cliente como debilidades.

Al comparar estas fortalezas y debilidades con las oportunidades y amenazas de los competidores, Verso marketing podría identificar nuevas oportunidades de mercado, como la expansión a otros mercados de publicidad digital, así como posibles riesgos, como la entrada de nuevos competidores en el mercado. Esta información podría ayudar a la empresa a ajustar su estrategia y planificación para mantener su ventaja competitiva en el mercado.

Tabla X *Matriz FODA Cruzada (MFODA)*

<p>Ambiente Interno</p> <p>Ambiente Externo</p>	<p>Fortalezas</p> <p>F1 Capacitación directa por Tiktok F2 Precio competitivo F3 Personal capacitado F4 Permiso de agencia Tiktok Ads</p>	<p>Debilidades</p> <p>D1 Personal reducido D2 Falta de experiencia sector agencias D3 Falta de sede física D4 Servicio limitado</p>
<p>Oportunidades:</p> <p>O1 Innovación publicitaria O2 Aumento de demanda de publicidad digital O3 Crecimiento del mercado de las agencias O4 PYMES buscan servicios de TikTok Ads</p>	<p>Estrategias FO:</p> <p>FO1: Utilizar la capacitación directa de Tiktok para innovar y aprovechar la demanda de publicidad digital (F1, O1, O2) FO2: Fortalecer el personal capacitado para ofrecer servicios a PYMES (F3, O4) FO3: Ofrecer precios competitivos en un mercado en crecimiento (F2, O3) FO4: Fortalecer la capacitación directa por Tiktok para obtener más clientes y aprovechar el crecimiento del mercado (F1, O3)</p>	<p>Estrategias DO:</p> <p>DO1: Aumentar el personal para satisfacer la creciente demanda de publicidad digital (D1, O2) DO2: Capacitar al personal en la innovación publicitaria para mejorar la calidad del servicio (D2, O1) DO3: Contratar personal con experiencia en el sector de las agencias para aprovechar el crecimiento del mercado (D1, O3) DO4: Ampliar el servicio de TikTok Ads para satisfacer la demanda de las PYMES (D4, O4)</p>
<p>Amenazas:</p> <p>A1 Nuevas agencias de Tiktok Ads A2 Desconocimiento de plataforma A3 Nueva política de Tiktok autónoma A4 Otra agencia brinde servicio adicional</p>	<p>Estrategias FA:</p> <p>FA1: Fortalecer la capacitación del personal para mantenerse actualizados y en la vanguardia de las nuevas tendencias de la plataforma Tiktok. (F1, A2) FA2: Ofrecer promociones y descuentos atractivos que permitan mantener el precio competitivo ante la aparición de nuevas agencias en la plataforma. (F2, A1) FA3: Mejorar y mantener la relación con Tiktok para garantizar que se mantenga el permiso de agencia, lo</p>	<p>Estrategias DA:</p> <p>DA1: Capacitación del personal en la plataforma TikTok para mejorar su conocimiento y habilidades (D2, A2) DA2: Establecer acuerdos de colaboración o alianzas estratégicas con otras agencias de publicidad para ampliar la oferta de servicios y cubrir la falta de sede física (D3, A1) DA3: Ofrecer un servicio adicional que diferencie a la agencia de la competencia, por ejemplo, curso de manejo de plataforma, manejo de campañas, entre otros (D4, A4) DA4: Contratar personal con experiencia en el sector de las agencias</p>

	<p>que permitiría seguir ofreciendo los servicios a los clientes. (F4, A3)</p> <p>FA4: Diversificar los servicios ofrecidos para evitar la amenaza de que otra agencia brinde servicios limitados (F4, A4)</p>	<p>para mejorar el conocimiento y habilidades en el área (D2, A1)</p>
--	---	---

Leyenda: = Desarrollo de productos; = Mercado; = Enfoque de costos; = Diferenciación

Tabla 6 Matriz FODA cruzada

5.1.2. Matriz Interna – Externa (MIE)

La matriz interna-externa (IE) es una herramienta de análisis estratégico que combina factores internos y externos para evaluar la posición estratégica actual de una empresa y las posibles opciones estratégicas para el futuro. La matriz IE se divide en dos secciones principales: la sección interna, que evalúa los factores internos de la empresa, y la sección externa, que evalúa los factores externos que afectan a la empresa.

Según Wheelen y Hunger (2017), " La creación de la Matriz Interna-Externa implica una valoración de los aspectos tanto internos como externos de la entidad. El proceso de análisis de la Matriz Interna-Externa ayuda a la dirección a establecer las prioridades para la asignación de recursos y a identificar las estrategias alternativas que están disponibles".

En el caso específico de Verso Marketing, algunos factores internos que se podrían considerar serían la calidad del servicio al cliente y la experiencia del personal en publicidad digital, mientras que los factores externos podrían incluir la competencia en el mercado de publicidad digital y las tendencias del mercado de publicidad en TikTok.

Con esta información, se podría completar la matriz interna-externa de Verso Marketing y determinar posibles opciones estratégicas, como la expansión a otros mercados de publicidad digital o la mejora en la capacitación del personal para mantenerse actualizado en las tendencias del mercado

Tabla Resumen MEFE y MEFI

Matriz	Resultado
MEFE	2.20
MEFI	3.22

Tabla 7 Resumen MEFE y MEFI

Tabla Matriz Interna – Externa

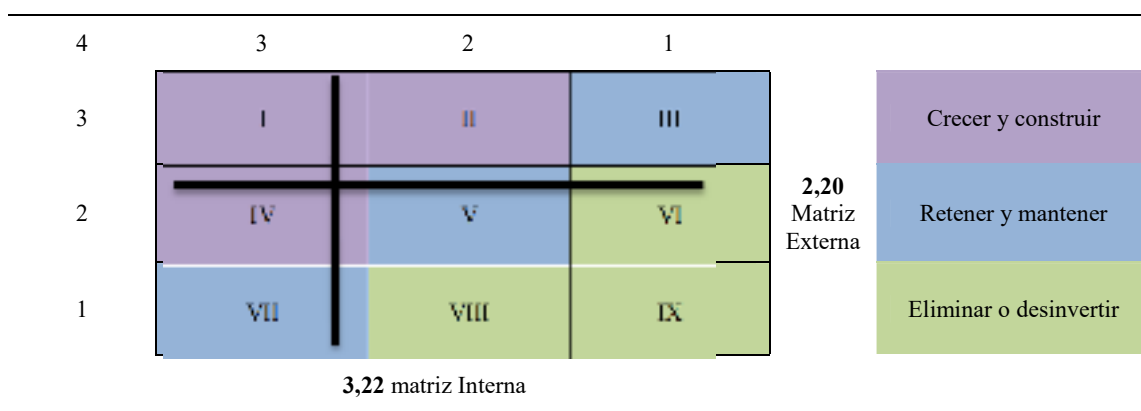


Tabla 8 Matriz Interna – Externa

5.2 Selección de la estrategia

5.2.1. Matriz de estrategias Vs objetivos estratégicos

Objetivos estratégicos	Incrementar las ventas totales desde un 20% anual promedio con tendencia al incremento desde las ventas del 2023-2027.	Aumento de la cartera de servicios ofrecidos por Verso Marketing durante los años 2023-2027.	Incremento del número de clientes en un 50% durante los años 2023-2027.	Formalizar y estructurar los procesos de negocio de la empresa en un 80% en el lapso de 2 años.	Crear un equipo de atención al cliente altamente capacitado y enfocado en la satisfacción del cliente.
Estrategias					
Utilizar la capacitación directa de Tiktok para innovar y aprovechar la demanda de publicidad digital	X	X	X	X	X
Fortalecer el personal capacitado para ofrecer servicios a PYMES	X	X	X		X
Ofrecer precios competitivos en un mercado en crecimiento	X	X	X		
Fortalecer la capacitación directa por Tiktok para obtener más clientes y aprovechar el crecimiento del mercado	X	X	X	X	X
Aumentar el personal para satisfacer la creciente demanda de publicidad digital	X	X	X	x	
Capacitar al personal en la innovación publicitaria para mejorar la calidad del servicio		X	X	X	X
Contratar personal con experiencia en el sector de las agencias para aprovechar el crecimiento del mercado	X	X	X		
Ampliar el servicio de TikTok Ads para satisfacer la demanda de las PYMES	X	X	X		
Fortalecer la capacitación del personal para mantenerse actualizados y en la vanguardia de las nuevas tendencias de la plataforma Tiktok.	X	X	X	X	X
Ofrecer promociones y descuentos atractivos que permitan mantener el precio competitivo ante la aparición de nuevas agencias en la plataforma	X		X		
Contratar personal con experiencia en el sector de las agencias para mejorar el conocimiento y habilidades en el área			X		
Diversificar los servicios ofrecidos para evitar la amenaza de que otra agencia brinde servicios limitados	X	X	X	X	X
Capacitación del personal en la plataforma TikTok para mejorar su conocimiento y habilidades	X	X	X		X
Establecer acuerdos de colaboración o alianzas estratégicas con otras agencias de publicidad para ampliar la oferta de servicios y cubrir la falta de sede física			X	X	
Ofrecer un servicio adicional que diferencie a la agencia de la competencia, por ejemplo, curso de manejo de plataforma, manejo de campañas, entre otros	X	X	X	X	X
Contratar personal con experiencia en el sector de las agencias para mejorar el conocimiento y habilidades en el área	X		X	X	

Tabla 9 Matriz de estrategia VS objetivos estrategicos

5.2.2. Estrategias seleccionadas

Utilizar la capacitación directa de Tiktok para innovar y aprovechar la demanda de publicidad digital:

La capacitación directa de TikTok es una estrategia clave para que Verso Marketing pueda innovar y aprovechar la creciente demanda de publicidad digital en la plataforma. Como agencia autorizada por TikTok, Verso Marketing tiene la ventaja de recibir información de primera mano acerca de las nuevas herramientas y actualizaciones que presente la aplicación. Esto le permite estar siempre al tanto de las últimas tendencias y avances en la plataforma, lo que se traduce en una ventaja competitiva significativa. También, gracias a esta relación privilegiada con TikTok, Verso Marketing puede verificar y consultar de primera mano las propuestas de TikTok internacional, lo que permite a la agencia implementarlas de manera eficiente y efectiva en su estrategia de publicidad digital. De esta manera, Verso Marketing puede ofrecer a sus clientes un servicio de alta calidad y alineado con las últimas tendencias en la plataforma.

La capacitación directa en TikTok también permite a Verso Marketing mantener reuniones cotidianas con el equipo de la plataforma. Esto no solo fortalece la relación entre ambas empresas, sino que también brinda a Verso Marketing una comprensión más profunda de la plataforma y sus objetivos, lo que se traduce en una mejor capacidad para satisfacer las necesidades de sus clientes.

La agencia debe considerar que la realización de reuniones periódicas con TikTok es esencial para mantenerse actualizada sobre las últimas tendencias y novedades de la plataforma de publicidad digital. Estas reuniones permiten al equipo obtener información valiosa directamente de la fuente, lo que les permite implementar nuevas estrategias y herramientas de manera más proactiva y efectiva.

Al mismo tiempo, la interacción directa con los expertos de TikTok en estas reuniones les ayuda a comprender mejor cómo funciona la plataforma y a optimizar sus campañas publicitarias en consecuencia. La agencia reconoce la importancia de preparar preguntas y dudas con anticipación, tener una agenda clara y elaborar informes detallados después de cada reunión para poder implementar adecuadamente las nuevas estrategias y herramientas. Esto asegura que el equipo pueda aprovechar al máximo las oportunidades que se presentan y mantenerse en la vanguardia de la publicidad digital en TikTok.

Aumentar el personal para satisfacer la creciente demanda de publicidad digital:

Según lo comentado anteriormente, el aumento de personal en la agencia de Verso Marketing podría tener varios beneficios. En primer lugar, permitiría a la agencia atender a un mayor número de clientes, lo que podría generar mayores ingresos y expandir el alcance de la empresa. Igualmente, con más empleados en la agencia, se podría contar con un equipo más diverso en cuanto a habilidades y conocimientos, lo que podría traducirse en una mayor capacidad para ofrecer servicios especializados y de alta calidad. También se podría asignar a cada cliente un equipo de trabajo dedicado exclusivamente a su proyecto, lo que mejoraría la atención y la calidad de los servicios prestados.

Otro beneficio potencial del aumento de personal es que podría permitir a la agencia ofrecer una gama más amplia de servicios a sus clientes, lo que podría generar mayores oportunidades de crecimiento. Por ejemplo, si la agencia actualmente se enfoca en servicios de publicidad en línea, podría considerar expandirse a servicios de marketing en redes sociales, marketing por correo electrónico o marketing de contenidos.

Ofrecer precios competitivos en un mercado en crecimiento:

ofrecer precios competitivos puede ser una estrategia efectiva en un mercado en crecimiento, ya que puede ayudar a atraer a clientes que buscan servicios de alta calidad a precios asequibles. Es importante tener en cuenta que ofrecer precios competitivos no siempre significa ser la opción más económica del mercado, sino ofrecer un equilibrio entre calidad y precio que sea atractivo para los clientes. Asimismo, es importante asegurarse de que la estrategia de precios sea sostenible y permita a la agencia mantener un margen de beneficio adecuado para continuar ofreciendo servicios de calidad.

La agencia tiene una política de precios fijos que puede resultar limitante en términos de flexibilidad y adaptabilidad a las necesidades y presupuestos específicos de cada cliente. Para ofrecer una mejor experiencia y un servicio más completo y personalizado, sería recomendable que la agencia considerara la posibilidad de establecer precios variables en función de las necesidades específicas de cada cliente.

Al ofrecer precios más competitivos y personalizados, la agencia estaría en una posición más favorable para atraer a clientes de diferentes sectores y tamaños, lo que podría resultar en un mayor crecimiento y rentabilidad para el negocio. Además, la capacidad de adaptarse a las necesidades específicas de cada cliente es una cualidad altamente valorada en el mercado actual y puede marcar la diferencia en la elección de una agencia de marketing digital sobre otra. La implementación de un sistema de precios variables también puede ayudar a la agencia a mantener una ventaja competitiva en un mercado en constante evolución, donde la capacidad de ofrecer soluciones innovadoras y personalizadas es cada vez más importante para la satisfacción del cliente y el éxito del negocio.

Fortalecer la capacitación del personal para mantenerse actualizados y en la vanguardia de las nuevas tendencias de la plataforma Tiktok:

La capacitación constante del personal puede ayudar a la agencia de Verso Marketing a mantenerse actualizada en las últimas tendencias y prácticas en el ámbito del marketing digital. Esto les permitiría desarrollar nuevas estrategias y mejorar la calidad de sus servicios, lo que puede ayudarles a diferenciarse de su competencia y atraer a más clientes.

Una capacitación adecuada puede mejorar la eficiencia y eficacia del personal, lo que podría reducir los tiempos de entrega y aumentar la satisfacción del cliente. También puede aumentar la retención de empleados, ya que el personal capacitado puede sentirse más valorado y tener más oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional dentro de la agencia.

Diversificar los servicios ofrecidos para evitar la amenaza de que otra agencia brinde servicios limitados:

la diversificación de servicios puede ser beneficiosa para Verso Marketing por varias razones:

1. **Ampliar la base de clientes:** Al ofrecer una gama más amplia de servicios, la agencia puede atraer a una variedad de clientes nuevos y existentes, lo que puede resultar en un aumento de la base de clientes y, por lo tanto, en mayores ingresos.
2. **Mayor estabilidad financiera:** La diversificación de servicios puede reducir la dependencia de la agencia en un solo tipo de servicio o en un solo cliente, lo que aumenta la estabilidad financiera y reduce el riesgo de pérdida de ingresos.

3. Mayor capacidad de ofrecer soluciones integrales: Con una amplia variedad de servicios, la agencia puede ofrecer soluciones integrales a sus clientes, lo que puede aumentar la satisfacción del cliente y la lealtad.
4. Mantenerse al día con las últimas tendencias: La diversificación de servicios puede permitir a la agencia mantenerse al día con las últimas tendencias y tecnologías en el mercado, lo que puede ser beneficioso para sus clientes y para la reputación de la agencia.

En resumen, la diversificación de servicios puede ayudar a Verso Marketing a crecer, aumentar la estabilidad financiera y mantenerse competitivo en un mercado en constante evolución.

CAPÍTULO VI.

PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN

6.1. *Plan funcional de marketing*

6.1.1. *Situación actual de la gerencia de Marketing*

Actualmente, la gestión de marketing desempeña un papel fundamental en el éxito de cualquier empresa, y dentro de ella, la gestión creativa cobra especial relevancia. La gestión creativa tiene la responsabilidad de supervisar y validar las actividades de marketing que se realizan en la agencia, asegurándose de que sean efectivas, innovadoras y estén alineadas con los objetivos de la empresa.

Una de las principales responsabilidades de la gerencia creativa es asegurar que las estrategias y campañas de marketing sean creativas y atractivas para el público objetivo. Esto implica la generación de ideas originales y la incorporación de enfoques innovadores en las estrategias de marketing, con el objetivo de destacar en un entorno competitivo y captar la atención de los consumidores.

Además, la gerencia creativa también tiene la importante tarea de verificar que los trabajos de marketing se ajusten a los objetivos y metas de la empresa. Esto implica revisar y aprobar los planes de marketing, asegurándose de que estén alineados con la visión y la estrategia general de la empresa, así como con los valores y la identidad de marca.

La gerencia creativa también se encarga de supervisar la ejecución de las campañas de marketing, asegurando que se lleven a cabo de manera efectiva y dentro del presupuesto establecido. Esto implica la revisión de los materiales de marketing, como anuncios publicitarios,

contenidos digitales, materiales impresos, entre otros, para asegurarse de que sean coherentes con la estrategia definida y cumplan con los estándares de calidad y eficacia.

Otra responsabilidad clave de la gerencia creativa es el seguimiento y análisis de los resultados de las estrategias de marketing. Esto implica la revisión de los indicadores de desempeño, el análisis de los datos de mercado y la evaluación del impacto de las campañas de marketing en los objetivos comerciales establecidos. A partir de esta evaluación, se pueden realizar ajustes y mejoras en las estrategias de marketing para optimizar los resultados.

6.1.2. *Objetivos de marketing*

- Posicionar a la agencia como líder en el mercado de la región mediante la realización de campañas publicitarias durante los próximos 12 meses.
- Incrementar el tráfico en la página Web en un 30% en los siguientes 6 meses.
- Desarrollar y ejecutar una campaña de publicidad en línea enfocada en el público objetivo de la empresa, con el objetivo de generar un aumento del 15% en las ventas totales durante los próximos 6 meses.
- Desarrollar un curso en línea de manejo de TikTok Ads que sea atractivo para el público objetivo de Verso Marketing, con la finalidad de generar al menos 50 inscripciones en el primer mes de lanzamiento.
- Implementar campañas publicitarias enfocadas en la promoción de los nuevos servicios y en el manejo de TikTok Ads de Verso Marketing, con el fin de aumentar el 15% de la contratación.

6.1.3. Acciones estratégicas de marketing

Estrategia de Producto

Como ya se ha mencionado en este trabajo especial de grado, el principal inconveniente que presenta la agencia Verso Marketing es tener servicios específicos como lo son la creación de cuentas de TikTok Ads y la recarga de las mismas, en ende, en esta sección podemos mencionar que la estrategia principal de producto se basa en la implementación de los nuevos servicios los cuales se definen a continuación:

El objetivo del curso es proporcionar una herramienta valiosa para que los clientes de la agencia aprendan a utilizar la plataforma TikTok y obtengan una guía inicial para la creación de sus campañas publicitarias. Si bien se tiene una idea general del curso, es importante concretar varios puntos adicionales. Por ejemplo, se ha definido que lograra el cliente con la obtención del curso:

- Garantizar que aumentar las visitas, likes y comentarios en tus videos de TikTok.
- La agencia muestra paso a paso cómo crear anuncios publicitarios efectivos para vender en TikTok.
- Obtener un mayor retorno de inversión en publicidad con TikTok, ya que el costo por conversión te sorprenderá debido a que hay muchos compradores y pocos anunciantes.
- En TikTok se puede conectar con tu audiencia de manera más orgánica y entretenida, ya que la plataforma está libre de saturación publicitaria y anuncios aburridos.
- El cliente puede comprender que la publicidad en TikTok puede ser una estrategia muy efectiva para atraer nuevos clientes potenciales.

- Que se pretende que los clientes de Verso Marketing Digital aprendan con la visualización del Curso de Tiktok Ads:
- Para crear campañas publicitarias exitosas en TikTok Ads, es importante utilizar herramientas fundamentales como el panel de administración, audiencias, páginas instantáneas, formularios, pixeles, retargeting y otras herramientas valiosas.
- Segmentación adecuada de la audiencia que puede aumentar tus ventas en TikTok Ads, al mostrar tus anuncios a personas más interesadas en tus productos o servicios.
- Es importante interpretar correctamente las métricas de tus campañas en TikTok Ads para optimizar los resultados y reducir los costos publicitarios.
- Generar contenido creativo y atractivo para conectar con la audiencia es crucial para atraer nuevos compradores interesados en tus productos o servicios sin tener que pagar por publicidad.
- Crear anuncios publicitarios efectivos en TikTok, es necesario escribir guiones, grabar y editar videos que muestren tus productos o servicios de manera atractiva.

Además, se estableció la guía principal para la realización del curso la cual se muestra a continuación:

1. Introducción a plataforma publicitaria.
2. Diseño de estrategia para los anuncios.
3. Creación de contenido para generar ventas en TikTok.

El curso debe estar supervisado por la gerencia financiera y ejecutado por la gerencia creativa la cual tendrá la tarea de la búsqueda del personal calificado para la realización y edición del mismo teniendo presente los puntos ya planteados por la agencia, la idea de este curso es que

la agencia diversifique la lista de productos a ofrecer, convirtiendo así en una agencia innovadora y que brinda gran valor a los clientes que deseen futuramente este servicio.

Adicional del curso de TikTok Ads, la agencia también puede ofrecer otro producto de gran ayuda para sus clientes: la implementación de un eficiente manejo de campañas publicitarias. Este servicio está diseñado para ayudar tanto a los clientes actuales como a los nuevos a alcanzar sus objetivos de marketing en línea y aumentar su presencia en la web. Con el manejo de campañas publicitarias, la agencia se encarga de gestionar la publicidad en línea de sus clientes en la plataforma de TikTok. El objetivo principal es mejorar el retorno de inversión de las campañas publicitarias, a través de una cuidadosa selección de audiencias y una optimización constante de los anuncios. El equipo de expertos en marketing digital de la agencia trabaja en estrecha colaboración con los clientes para entender sus necesidades y objetivos específicos. A partir de esta información, se crea una estrategia de marketing digital a medida, que incluye el diseño de anuncios atractivos y relevantes, la segmentación de audiencias adecuadas, la configuración de presupuestos y el seguimiento de resultados.

Después de un exhaustivo análisis de las necesidades de la agencia y de los clientes, se ha implementado una estrategia específica para ayudar a los clientes a publicitarse en TikTok Ads. Esta estrategia consiste en la impartición de planes mensuales personalizados y adaptados a las necesidades específicas de cada cliente. A continuación, se presenta una idea de estrategia de planes mensuales para los clientes, desarrollada en estrecha colaboración con la gerencia creativa.

Estrategia de servicio de planes mensuales:

Detalle del servicio	Baby TikTok	Medium TikTok	Golden TikTok
Apertura de la cuenta	✓	✓	✓
Integración del pixel	✓	✓	✓
Recarga de saldo	✓	✓	✓
Planificación de contenido	✓	✓	✓
Edición de videos	2 videos 9:16	4 videos 9:16	8 videos 9:16
Cambios en cada video	3 cambios c/u	3 cambios c/u	3 cambios c/u
Segmentación del público	✓	✓	✓
Administración de campañas	✓	✓	✓
Asesoría personalizada	30 min x mes	1 hora x mes	2 horas x mes
Campañas de retargeting	✓	✓	✓
Presupuesto mínimo a invertir	\$200	\$400	\$600
Costo del servicio	\$400	\$700	\$1100

Imagen 3 Estrategia de nuevo servicio

Además, la agencia deberá proporcionar informes detallados sobre el desempeño de los anuncios, lo que permitirá a los clientes evaluar la efectividad de sus campañas y realizar ajustes según sea necesario. La comunicación constante entre la agencia y el cliente garantizará que la estrategia se adapte continuamente a las necesidades del cliente y se mantenga efectiva a lo largo del tiempo.

Estrategia de Precio

La estrategia de precio de un servicio es un proceso integral en el cual una empresa determina y establece los precios de sus servicios. Implica una cuidadosa consideración de varios factores, como los costos asociados con la prestación del servicio, la dinámica competitiva del mercado, la demanda del servicio y el valor percibido por el cliente. En el caso de la empresa, se ha llevado a cabo un estudio exhaustivo en colaboración con las gerencias financiera y creativa, para fijar precios específicos de venta tanto para su curso como para la implementación de manejo de campañas publicitarias. Estos precios han sido cuidadosamente evaluados y determinados en base a un análisis detallado de los costos y la competitividad del mercado, así como la percepción de valor que los clientes potenciales tienen de los servicios. La empresa se asegura de que sus precios sean competitivos y al mismo tiempo reflejen la calidad y el valor de sus servicios, para garantizar una propuesta de precio atractiva y rentable para sus clientes.

Precios fijos de planes mensuales de manejo de campaña:

1. Baby TikTok200\$
2. Medium TikTok.....300\$
3. Golden TikTok.....500\$

Es importante tener en cuenta que el costo del plan solo representa el servicio a ofrecer como se expresa en la imagen anterior, en donde se expresa que el monto total es la suma del servicio más el monto a invertir en la plataforma de tiktok Ads que como mínimo son los montos expresados, sin embargo, puede variar dependiendo del tipo de empresa o emprendedor que desee contratar el servicio y esté dispuesto a invertir más del monto estipulado.

Precios de curso de manejo de plataforma de TikTok Ads:

Se ha confirmado que el curso se ofrecerá a un precio de \$40, con la posibilidad de contar con descuentos especiales en ocasiones y fechas especiales, lo que permitirá a más personas acceder a este valioso recurso formativo. Con el objetivo de hacerlo aún más accesible, se ha establecido que en determinadas fechas y eventos especiales, el curso estará disponible a un precio reducido de tan solo \$20. Esta estrategia busca brindar una oportunidad única para que los interesados puedan obtener este curso a un costo más asequible, lo cual permitirá un mayor alcance y beneficio para un público más amplio. Con estas iniciativas, se busca mejorar y ampliar el acceso a este valioso contenido, fomentando el aprendizaje y el crecimiento profesional de los interesados en una variedad de circunstancias y contextos.

En este punto es importante mencionar las principales plataformas de pago para poder acceder a los servicios que ofrece Verso marketing:

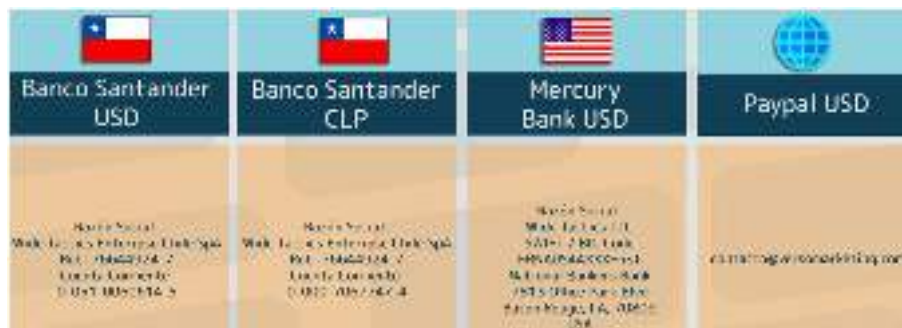


Imagen 4 Plataformas de pago

Estrategia de Plaza

Verso Marketing tiene su sede principal en la dinámica ciudad de Santiago de Chile, ubicada estratégicamente en una de las regiones más vibrantes y competitivas de América Latina. Además, la empresa cuenta con una sede en ciudad de Quito, en Ecuador, expandiendo así su presencia en la región andina. Con una ubicación estratégica en dos importantes centros urbanos, Verso Marketing se posiciona como una empresa con alcance regional. Por otra parte, mencionar también que los servicios que actualmente posee la agencia solo pueden ser ofrecidos como se ha mencionado en este trabajo especial de grado en 7 países de la región como lo son: Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú y Uruguay.

Es importante tener en cuenta que el principal canal de distribución de la agencia se basa en el uso estratégico de las redes sociales, con especial enfoque en TikTok, donde ha desarrollado una sólida presencia y experiencia. Además, la agencia también utiliza activamente otras plataformas de redes sociales como Facebook e Instagram como parte integral de su estrategia de distribución. La combinación de estos canales permite a Verso Marketing llegar de manera efectiva a su audiencia objetivo, aprovechando la popularidad y el alcance de estas plataformas para maximizar la visibilidad y el impacto de sus campañas de marketing.

En lo que respecta a la distribución del curso, se implementarán diversas estrategias para asegurar su amplio alcance y disponibilidad. Una de las principales vías será a través de las redes sociales, aprovechando su gran potencial de difusión y el alcance masivo que ofrecen plataformas como Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, entre otras. Se utilizarán anuncios pagados, publicaciones orgánicas, colaboraciones con influencers y grupos especializados, y otras tácticas de marketing digital para promover y difundir el curso en estas redes sociales.

Además, se implementarán estrategias de email marketing, aprovechando el poder del correo electrónico como una herramienta efectiva para llegar directamente a los potenciales estudiantes. Se enviarán newsletters, campañas de correo electrónico segmentadas y personalizadas, y se establecerán secuencias de correo automatizadas para mantener a los interesados informados y comprometidos con el curso. Otra plataforma que se utilizará para la distribución del curso será Hotmart, una reconocida plataforma de venta de productos digitales. A través de Hotmart, se ofrecerá el curso en formato digital, lo que permitirá llegar a una amplia audiencia en línea y ofrecer una experiencia de compra segura y conveniente para los estudiantes.

Recordemos que la agencia tiene una logística de productos digitales que ofrece una serie de beneficios significativos para la distribución y venta de estos servicios en línea. En primer lugar, proporciona acceso instantáneo a los productos adquiridos una vez que se completa la compra, lo que ofrece una experiencia de compra rápida y conveniente para los clientes, sin tener que esperar por la entrega física. Además, los productos digitales son fácilmente escalables, lo que significa que se pueden distribuir a un gran número de clientes sin incurrir en costos adicionales significativos. No hay limitaciones físicas ni de inventario, lo que permite llegar a una audiencia global de manera eficiente.

La distribución de productos digitales a través de plataformas en línea generalmente ofrece herramientas de análisis y seguimiento que permiten a los vendedores medir y analizar el rendimiento de sus productos. Esto incluye datos como el número de ventas, la tasa de conversión, el comportamiento del cliente y otras métricas importantes que pueden utilizarse para optimizar la estrategia de distribución y mejorar el rendimiento del producto. En resumen, la logística de productos digitales ofrece beneficios significativos.

Análisis del público objetivo


Nombre:	Eddy	
Edad:	28 años	
Educación:	Bachiller / Técnico / Universitario	
Estado civil:	Casado	
Cargo laboral:	Emprendedor de una tienda online de tecnología	
Metas de vida o trabajo:	Poder trabajar siendo su propio jefe. Obtener ingresos para sustentar el negocio y la familia.	
Problemas en relación a la marca:	Su negocio está creciendo o estancado. Necesita ayuda profesional para promocionar sus productos.	
Aspiraciones en relación a la marca:	Encontrar una agencia confiable que le ayude a lograr sus resultados y crecer su negocio.	
Tamaño de la empresa:	Pequeño	

Imagen 5 Análisis de público objetivo 1

Se puede observar que la imagen representa el público joven de la agencia


Nombre:	Francis	
Edad:	33	
Educación:	Universitario	
Estado civil:	Casado	
Cargo laboral:	Responsable de marketing de una empresa de servicios	
Metas de vida o trabajo:	Lograr los objetivos empresariales para conseguir un ascenso y una mejor remuneración por su trabajo.	
Problemas en relación a la marca:	La empresa necesita promocionar sus servicios para conseguir ampliar su cartera de clientes.	
Aspiraciones en relación a la marca:	Encontrar una agencia que le brinde servicios profesionales que aumente el crecimiento de la empresa.	
Tamaño de la empresa:	Mediana	

Imagen 6 Análisis de público objetivo 2

Se puede observar que la imagen representa el público adulto de la agencia


Nombre:	Enrique	
Edad:	45 años	
Educación:	Bachiller / Universitario	
Estado civil:	Casado	
Cargo laboral:	Gerente General de una empresa	
Metas de vida o trabajo:	Hacer crecer su empresa para poder generar empleos y ganancias a largo plazo.	
Problemas en relación a la marca:	La empresa necesita una identidad de marca que involucre varios canales de comunicación.	
Aspiraciones en relación a la marca:	Encontrar una agencia que ofrezca servicios innovadores a un buen y asegurar el crecimiento de la empresa.	
Tamaño de la empresa:	Grande	

Imagen 7 Análisis de público objetivo 3

Se puede observar que la imagen representa el público adulto mayor de la agencia

Público objetivo

Edad: Entre 28 hasta 40 años aproximadamente.

Ubicación: El público está en los siguientes países de Latinoamérica: Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú y Uruguay.

Idioma: español

Intereses: Negocios, emprendimiento, éxito, educación, libertad financiera, crecimiento empresarial, paternidad, finanzas.

Por intención de compra: Por la edad, este público se identifica en la generación Millenials.

Las características principales al momento de comprar son:

- Su opinión tiene que contar, están del lado de la personalización.
- Son consumidores inteligentes, informados antes de comprar un producto o servicio.
- Buscan recomendaciones y hacen comparaciones con otras marcas.
- Prefieren empresas con impacto social.



Imagen 8 Público objetivo

Estrategia de Promoción

Es relevante destacar que, en la actualidad, las redes sociales se han convertido en el medio principal de promoción para muchas agencias de marketing. Estas plataformas ofrecen un alcance masivo, permitiendo llegar a audiencias amplias y diversificadas. A continuación, se presentan algunas estrategias clave que se pueden utilizar en las redes sociales para cumplir con los objetivos de la agencia.

Verso marketing ha logrado un notable reconocimiento gracias a su efectiva presencia en redes sociales. Conscientes del poder de estas plataformas, nos enfocamos constantemente en su desarrollo y evolución, lo cual se refleja en la implementación de diversas campañas publicitarias. A continuación, se detalla algunos ejemplos de campañas a realizar:

Actividad	Estrategia	Táctica
<i>Conseguir nuevos clientes para Tik Tok Ads</i>	Pautar campañas digitales en Tik Tok, Facebook y Google Ads.	Crear contenido de valor y de oferta hablando de las razones y beneficios de invertir en Tik Tok Ads.
<i>Campaña de Alcance en Tik Tok Ads</i>	Crear 4 videos para Tik Tok para promocionarnos en esta campaña.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presentación de campaña recarga y video gratis. 2. Beneficios de tik tok para tu negocio. 3. Cómo crear una cuenta en Tik Tok Ads. 4. Cómo hacer tu primera campaña de Tik Tok Ads
<i>Campaña de Tráfico en Tik Tok Ads</i>	Campaña de Tráfico en Tik Tok Ads	<ol style="list-style-type: none"> 1. Beneficios de Tik Tok para tu negocio. 2. Cómo hacer tu primera campaña de Tik Tok Ads. Ofrecer servicio de Recarga. 3. Promoción: "Recarga desde" y recibe 1 video gratis. 4. Promoción Premium: Todo en uno. Planes.
<i>Contenido orgánico</i>	Implementar un calendario de contenidos para Facebook, Instagram y Tik Tok con las ideas. Luego pasar a producción y programación de contenidos.	<p>Ejecutar las 4 etapas del desarrollo de contenido:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Búsqueda de información. 2. Planificación del calendario. 3. Diseño, edición y redacción.

	<p>4. Programación y publicación. El calendario de publicaciones funcionará semanalmente con: 3 post en feed (FB, IG) 5 stories (FB, IG) 6 Tik Tok</p>
<p><i>Aumento del tráfico en web</i></p>	<p>Actualización de landing page con los beneficios, dudas, precios, etc. sobre el servicio de Tik Tok Ads. Instalar el pixel para el monitoreo. Crear campañas en FB y Google Ads.</p> <p>Ejecutar en Facebook Ads: 1 campaña de tráfico ofreciendo el servicio Tik Tok: Carrusel y video. ¿Por qué? 2. Campaña de interacción con el objetivo de aumentar seguidores y la data de las redes sociales. 3. Campaña de tráfico: Recarga de saldo, planes (Promoción) Retargeting. Ejecutar en Google Ads: 1 Campaña de búsqueda, enfocada en tráfico con palabras claves. Anuncio de texto</p>
<p><i>Campaña de conversión</i></p>	<p>Campaña de conversión en Tiktok Ads para venta de curso</p> <p>1. Beneficios de la plataforma de TikTok Ads. 2. Cómo hacer tu primera campaña de Tik Tok Ads. Cuenta gratis 3. ofrecimiento de curso. 4. Promocional de curso.</p>

Tabla 10 Estrategia de campañas

Enfoque de campañas publicitarias explicadas en el anterior cuadro:



Imagen 9 Enfoque de campañas publicitarias

Para llevar a cabo la campaña de publicitaria, se considerarán 3 etapas para el desarrollo basado en el método de embudo TOFU, MOFU, BOFU.

1. Etapa de lanzamiento o introducción: En esta etapa llamaremos la atención de los potenciales clientes con información de valor que señale el problema que tiene a través de tutoriales, tips, datos relevantes. La etapa responde a la pregunta: ¿Qué es lo que necesito?
2. Etapa de posicionamiento y diferenciación: Aquí difundiremos contenido más directo a la oferta, el valor que tenemos para ofrecer, servicios, promociones, etc. La etapa responde a la pregunta ¿Por qué podría considerarte como una opción?
3. Etapa de conversión y maduración: En esta etapa la atención estará en una landing page que resuelve las principales dudas del servicio con fácil acceso a los contactos o una asesoría gratis. Se mostrará material de apoyo con datos, resultados, precios y lo necesario para contratarnos.

Resultados esperados por Dia

Tik Tok Ads	Facebook Ads	Google Ads	Conversiones
5000 clics a la landing	3000 clics a la landing	1000 clics a la landing	6 a 8 clientes
1000 seguidores	500 Seguidores en IG		10 a 12 citas

Imagen 10 Resultados esperados por la realización de campañas

6.1.4. Presupuesto

Es importante tener presente que uno de los mayores gastos en la agencia de marketing recae en la realización de cursos especializados, como el de TikTok Ads para clientes, y en la implementación de campañas continuas. Estos costos son esenciales para mantenerse al tanto de

las últimas tendencias y herramientas en el mundo del marketing digital, y para asegurar la efectividad de las estrategias implementadas.

En el caso específico del curso de TikTok Ads para clientes, es fundamental invertir en la formación del equipo en esta plataforma emergente de redes sociales. TikTok se ha convertido en una plataforma de rápido crecimiento con un enorme potencial de alcance y participación de audiencia, por lo que es esencial que el equipo de marketing esté capacitado en su uso para aprovechar al máximo las oportunidades publicitarias que ofrece. Esto implica la comprensión de la interfaz de publicidad de TikTok, las mejores prácticas de creación de contenido, la segmentación de audiencia y el análisis de resultados. Una inversión adecuada en la formación del equipo en TikTok Ads puede generar un alto retorno en términos de resultados positivos para los clientes y una ventaja competitiva para la agencia en el mercado.

Por otro lado, la implementación de campañas continuas es también un componente esencial del gasto en una agencia de marketing. Esto implica la planificación, desarrollo, ejecución y seguimiento de campañas publicitarias en múltiples canales, como redes sociales, Google Ads, email marketing, entre otros. Es necesario asignar recursos financieros para la creación de contenidos, diseño de creatividades, gestión de anuncios, análisis de resultados y ajustes constantes para optimizar el rendimiento de las campañas en curso. Esto asegura que las estrategias de marketing estén en constante evolución y adaptación a las necesidades cambiantes del mercado y de los clientes. Aunque estos gastos pueden representar un desafío económico para una agencia, son esenciales para mantener la competitividad en un entorno empresarial altamente dinámico y digital. La inversión en cursos especializados, como el de TikTok Ads, y en campañas continuas permite asegurar que la agencia esté a la vanguardia de las mejores prácticas y herramientas en marketing digital, lo cual se traduce en la capacidad de ofrecer soluciones innovadoras y efectivas.

PLAN DE MARKETING		Recursos	Costo unitario (\$)	Total (\$)
Acciones				
Elaboración de curso de TikTok Ads	240 horas x 2 personal		1.500,00	1.500,00
	240 horas x 1 gerente			
Realización de contenido grafico para redes sociales del curso y de la implementación de planes	120 horas x 2 personal		1,875	450,00
Elaboración de campañas pagadas	16 horas x 1 gerente		1000,00	1000,00
Elaboración de contenido orgánico	120 horas x 1 personal		1,875	225,00
Investigación del mercado en cuanto a la existencia de agencias que brinden el mismo servicio	Contratación de equipo de investigación en marketing		500,00	500,00
Actualización de la página web	120 horas x 1 personal		1,875	225,00
			TOTAL (\$)	2.940,00

Tabla 11 Presupuesto del plan funcional de marketing

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Totales
Elaboración de curso de TikTok Ads	1500,00	500,00	1500,00	500,00	1500,00	5500,00
Realización de contenido grafico para redes sociales del curso y de la implementación de planes	5400,00	5400,00	5400,00	5400,00	5400,00	27000,00
Elaboración de campañas pagadas	12000,00	12000,00	12000,00	12000,00	12000,00	60000,00
Elaboración de contenido orgánico	2700,00	2700,00	2700,00	2700,00	2700,00	13500,00
Investigación del mercado en cuanto a la existencia de agencias que brinden el mismo servicio	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	5000,00
Actualización de la página web	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	2250,00
totales	23050,00	22050,00	23050,00	22050,00	23050,00	113250,00

Tabla 12 Presupuesto del plan funcional de marketing 2

6.1.5. Ejecución de tareas del plan de marketing

Tarea	Contribución	Horas	Responsable
Elaboración de curso de TikTok Ads: Búsqueda de 2 personas capacitadas en diseño, audio y video	Se pretende contratar un personal especializado que aporte en el desarrollo del curso y también imagen del mismo	240 horas	Personal por honorarios
Elaboración de curso de TikTok Ads: A cargo de la gerencia creativa como principal supervisor	El gerente será el encargado principalmente con la dirección de la elaboración del curso y que cumpla los parámetros deseados	240 horas	Junior Rodriguez
Realización de contenido grafico para redes sociales del curso y de la implementación de planes	Serán los encargados de la elaboración de todo el contenido y videos que se publicaran en redes Sociales teniendo en cuenta que será para publicaciones pagadas	120 horas	Swami Tipan y Evelyn Rodriguez

Elaboración de campañas pagadas	El gerente creativo es el encargado de la elaboración de las campañas	16 horas	Junior Rodriguez
Elaboración de contenido orgánico	En este caso tendrá libertad a la hora de realizar contenido ya que se desea probar con diferentes temas	120 horas	Evelyn Rodriguez
Investigación del mercado en cuanto a la existencia de agencias que brinden el mismo servicio	Se tiene como meta investigar acerca de los servicios que ofrecen otra agencia como Verso Marketing	240 horas	Personal por honorarios
Actualización de la página web	La persona encargada tendrá la tarea de actualizar y verificar lo faltante en la pagina Web	120 horas	Jeam Pierre Rodriguez

Tabla 13 ejecución de tareas en el plan de marketing

6.2. Plan funcional de operaciones

6.2.1. Situación actual de la gerencia de operaciones

La gerencia de operaciones de la agencia Verso Marketing ha sido un pilar fundamental en su funcionamiento desde su establecimiento. Ha estado en constante evolución, buscando mejorar y optimizar sus procesos para garantizar una operación eficiente y de alta calidad. La dirección y control de todas las actividades operativas se han regido mediante el uso de aplicativos especializados, como el sistema Monday. Este sistema ha permitido a la agencia llevar un registro detallado de todas las tareas, asignar tiempos y recursos, y hacer seguimiento de su avance. Esto ha facilitado la planificación y organización de las actividades operativas, así como la asignación adecuada de responsabilidades a los miembros del equipo.

Además, se ha implementado una estructura jerárquica clara en el equipo de operaciones de Verso Marketing. Cada miembro del equipo tiene roles y responsabilidades bien definidos, lo que ha permitido una dirección efectiva del trabajo en equipo. La comunicación y coordinación entre los diferentes miembros del equipo se ha vuelto más fluida y eficiente, lo que ha contribuido a un mejor desempeño en la ejecución de las actividades operativas.

Sin embargo, como en cualquier proceso operativo, se han identificado oportunidades de mejora en la gerencia de operaciones de Verso Marketing. Por tanto, se ha reconocido la necesidad de corregir algunos puntos claves para asegurar la continuidad y mejora continua de los procesos operativos. Se han implementado planes de acción para optimizar los tiempos de ejecución de las actividades, revisar y mejorar la asignación de recursos, así como fortalecer la comunicación y coordinación entre los miembros del equipo. Estas acciones buscan garantizar que la gerencia de operaciones de Verso Marketing siga siendo un pilar sólido en la operación de la agencia, contribuyendo a su éxito y a la satisfacción de los clientes.

6.2.2. *Objetivos de operaciones*

- Implementar un sistema de gestión de calidad que permita estandarizar los procesos y asegurar la satisfacción del cliente, con el objetivo de reducir el número de quejas y solicitudes de reembolso en un 25% en los primeros 12 meses.
- Implementar un sistema de retroalimentación y monitoreo de la satisfacción del cliente, con el objetivo de identificar oportunidades de mejora y aumentar la satisfacción del cliente en un 10% en los primeros 12 meses.
- Desarrollar e implementar un programa de capacitación continua para el equipo de atención al cliente, con el objetivo de aumentar la satisfacción del cliente en un 15% en los primeros 12 meses.
- Realizar una investigación de mercado continua durante los próximos 3 meses, con el fin de recopilar información relevante y actualizada sobre las tendencias del mercado y las necesidades de los clientes.

- Desarrollar alianzas estratégicas con proveedores y socios clave, con el objetivo de ampliar la oferta de servicios y recursos de la agencia.
- mejorar la competitividad en el mercado y aprovechar oportunidades de crecimiento y expansión.

6.2.3. Desarrollo de la estrategia de operaciones

Estrategia de costos – capacidad

- Optimización de procesos internos para reducir costos operativos y maximizar la capacidad de producción/servicios.
- Verificación de uso de tecnología y herramientas eficientes para mejorar la gestión de costos y recursos.

Estrategia calidad – procesos

- Capacitación y desarrollo del personal para mejorar la competencia y habilidades en la ejecución de procesos y garantizar la calidad.
- Establecimiento de indicadores de desempeño y seguimiento constante de la calidad de los procesos para identificar oportunidades de mejora y realizar ajustes.

Estrategia de flexibilidad – capacidad

- Como adaptarse necesidades del mercado y aprovechar oportunidades de nicho.
- Establecimiento de alianzas estratégicas con otros actores del mercado para aprovechar recursos complementarios y mejorar la capacidad de la empresa para responder a cambios en el entorno empresarial.

6.2.4. Presupuesto

PLAN DE OPERACIONES		Recursos	Costo unitario (\$)	Total (\$)
Acciones				
Optimización de procesos internos		120 horas x 1 personal	500,00	500,00
Verificación de uso de tecnología y herramientas eficientes		8 horas x Tiktok internacional	100,00	100,00
Capacitación y desarrollo del personal		Contratación de equipo de capacitación digital	200,00	200,00
Establecimiento de indicadores de desempeño y seguimiento		Contratación de equipo de auditoria	500,00	500,00
Como adaptarse necesidades del mercado y aprovechar oportunidades de nicho.		32 horas x 1 personal	1,875	60,00
Establecimiento de alianzas estratégicas		40 horas x 1 gerente	300,00	300,00
			TOTAL (\$)	1.485,00

Tabla 14 Presupuesto del plan funcional de Operaciones

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Totales
Manual De procesos internos	500,00			500,00		1000,00
Verificación de uso de tecnología y herramientas eficientes	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	6000,00
Capacitación y desarrollo del personal	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	4000,00
Establecimiento de indicadores de desempeño y seguimiento	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	2500,00
Como adaptarse necesidades del mercado y aprovechar oportunidades de nicho.	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	600,00
Establecimiento de alianzas estratégicas	300,00			300,00		600,00
totales	3420,00	2620,00	2620,00	3420,00	2620,00	14700,00

Tabla 15 Presupuesto del plan funcional de Operaciones 2

6.2.5 Ejecución de tareas del plan de operaciones.

Tarea	Contribución	Horas	Responsable
Optimización de procesos internos	Tendra la tarea de investigar y detallar puntualmente en que procesos de la agencia existe inconsistencias	120 horas	Jeam Pierre Rodriguez
Verificación de uso de tecnología y herramientas eficientes	Confirmacion com Empresa internacional si cumplimos con los parametros que requieren en el ambito tecnológico actualmente	8 horas	Tiktok internacional
Capacitación y desarrollo del personal	Se pretende contratar una empresa que brinde capacitaciones para el personal de la agencia	4 horas distribuidas en varios días	Personal por honorarios

Establecimiento de indicadores de desempeño y seguimiento	Contratar una empresa de auditoria que brinde la oportunidad de conocer como se maneja la agencia desde un punto externo	40 horas	Personal por honorarios
Como adaptarse necesidades del mercado y aprovechar oportunidades de nicho.	Tendra la tarea de investigar y detallar puntualmente como es el mercado actual de la agencia para verificar oportunidades	32 horas	Jeam Pierre
Establecimiento de alianzas estratégicas	El gerente encargado se encargará de verificar la posibilidad de establecer conexiones con empresas o agencias a través de contactos externos cercanos.	40 horas	Guillermo Garcia

Tabla 16 ejecución de tareas en el plan de operaciones

6.3. *Plan funcional de recursos humanos*

6.3.1. *Situación actual de la gerencia de recursos humanos*

La gerencia de recursos humanos de la agencia Verso Marketing desempeña un papel fundamental en la gestión integral de la empresa. Trabaja de la mano de la gerencia financiera y la gerencia creativa, conformando un equipo estratégico que lidera la implementación de los procesos de recursos humanos y reclutamiento.

La colaboración estrecha entre la gerencia de recursos humanos y las otras áreas de la empresa permite asegurar una gestión eficiente y efectiva de los recursos humanos, garantizando que las políticas y procedimientos estén alineados con los objetivos y estrategias globales de la organización. La gerencia de recursos humanos se encarga de desarrollar e implementar políticas y programas de recursos humanos que promuevan la atracción, retención y desarrollo del talento necesario para alcanzar los objetivos de la agencia. Además, la gerencia de recursos humanos lidera el reclutamiento de nuevos empleados, identificando las necesidades de talento de la agencia, diseñando estrategias de reclutamiento, evaluando y seleccionando a los candidatos más adecuados, y asegurando una integración exitosa de los nuevos empleados en la organización.

La gerencia de recursos humanos también juega un rol clave en la gestión del desempeño y desarrollo del personal existente, implementando programas de capacitación y desarrollo que fortalezcan las habilidades técnicas, de comunicación y liderazgo del equipo. Asimismo, trabaja en la implementación de sistemas de evaluación del desempeño, seguimiento y retroalimentación, con el objetivo de asegurar un continuo crecimiento y mejora del personal.

6.3.2. *Objetivos de recursos humanos*

- Contratar a un mínimo de 5 nuevos empleados altamente capacitados en marketing digital durante el próximo año, con el fin de fortalecer nuestro equipo y mejorar la calidad del servicio.
- Implementar un programa de capacitación y desarrollo para el personal existente en las áreas de habilidades técnicas, comunicación y liderazgo, con el fin de mejorar su desempeño y satisfacción laboral en un 30% durante los próximos 2 años.
- Establecer un sistema de seguimiento y evaluación de los procesos de negocio para identificar áreas de mejora y realizar ajustes en un 10% en el plazo de 6 meses.
- Crear una guía práctica digital de procesos de negocio que detalle las políticas, procedimientos y responsabilidades de cada área de la empresa en un 80% en el plazo de 2 años.
- Implementar programas de reconocimiento y recompensas que incentiven y reconozcan el desempeño excepcional de los empleados en el área de marketing digital, con el objetivo de mantener altos niveles de motivación, satisfacción laboral y retención del talento en la agencia.

<i>Diseñar e implementar programa de reconocimiento y recompensas</i>	8000,00	8000,00	8000,00	8000,00	8000,00	40,000
<i>Establecer una comunicación clara mediante reuniones</i>	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	6000,00
<i>Diseño de guía digital orientado a los procesos de la agencia</i>	300,00	100,00	300,00	100,00	300,00	1100,00
totales	10600,00	9700,00	9900,00	10100,00	9900,00	50200,00

Tabla 18 Presupuesto del plan funcional de recursos humanos 2

6.3.5 Ejecución de tareas del plan de operaciones.

Tarea	Contribución	Horas	Responsable
Manual de reclutamiento y selección	Creacion de manual de reclutamiento a cargo de personal totalmente capacitado	176 horas	Personal por honorarios
Realizar un análisis exhaustivo de las necesidades de contratación en el área de marketing digital	Los encargados de estas acciones son los gerentes de la agencia como lo son la creativa y la financeira la cual tendran la tarea de implementacion de politicas en las tareas asignadas	320 horas	Junior Rodriguez Guillermo Garcia
Diseñar e implementar programa de reconocimiento y recompensas			
Establecer una comunicación clara y efectiva con el equipo de recursos humanos y los empleados			
Diseño de guía digital orientado a los procesos de la agencia	Como esta persona ya maneja la parte de diseño y web tendra la tarea de crear la guia digital c	64 horas	Jean Rodriguez
		64 horas	Jeam Pierre

Tabla 19 ejecución de tareas en el plan de recursos humanos

6.4. Plan Contable - Tributario

6.4.1. Situación actual de la gerencia Contable - Tributario

Verso Marketing ha demostrado un adecuado manejo de sus finanzas gracias a la implementación de un sistema sistematizado, especialmente en lo que respecta al uso de plataformas de pago que registran las entradas y salidas de flujo de efectivo. Sin embargo, es importante mencionar que la empresa aún no cuenta con una herramienta digital propia que le permita llevar a cabo una gestión financiera integral. En este sentido, es necesario destacar que el uso de plataformas de pago es un paso importante en la dirección correcta para mantener un registro ordenado y transparente de las finanzas de la empresa. No obstante, contar con una

herramienta digital propia para la gestión financiera puede brindar ventajas adicionales, como la posibilidad de tener un control más detallado y personalizado de los ingresos, egresos, activos y pasivos de la empresa, así como una visión más completa y actualizada del estado financiero en tiempo real.

Asimismo, una herramienta digital propia puede permitir a Verso Marketing una mayor automatización de los procesos financieros, lo que podría generar eficiencia en la gestión de los recursos financieros, optimizar la toma de decisiones y facilitar la generación de reportes financieros y análisis para el monitoreo y evaluación del desempeño financiero de la empresa. La implementación de una herramienta digital propia también podría contribuir a fortalecer la planificación y proyección financiera de Verso Marketing, permitiéndole anticipar escenarios financieros, identificar oportunidades de crecimiento y mitigar posibles riesgos financieros.

6.4.2. *Objetivos de la gerencia Contable - Tributario*

- Establecer metas de crecimiento de ventas específicas y medibles, así como indicadores clave de desempeño (KPIs) para monitorear y medir el progreso hacia el objetivo de incrementar las ventas totales en un 20% anual promedio.
- Fortalecer la gestión financiera de la empresa, a través de la implementación de herramientas de software especializadas en la gestión de finanzas y contabilidad.
- Establecer un fondo de reserva financiero equivalente al 10% de los ingresos anuales, para hacer frente a posibles situaciones de crisis o imprevistos financieros.
- Optimizar el rendimiento para los accionistas al maximizar el retorno de su inversión.
- Implementación de informes semanales, mensuales y anuales del flujo de efectivo de la agencia.

- Asegurar la eficiente gestión de los recursos financieros de la empresa, incluyendo ingresos, egresos, activos y pasivos, así como el uso adecuado de un posible financiamiento.

6.4.3. Estrategias

- Definir metas de crecimiento de ventas específicas y medibles.
- Realizar una investigación exhaustiva para identificar y seleccionar herramientas de software especializadas, que se ajusten a las necesidades y requerimientos específicos de la empresa.
- Identificar y gestionar los posibles riesgos financieros que puedan afectar la estabilidad y solidez financiera de la empresa, implementando medidas preventivas y de mitigación.
- Implementar un sistema de informes periódicos, que incluya reportes semanales, mensuales y anuales del flujo de efectivo de la agencia.
- Definir y establecer políticas financieras claras que guíen el manejo de los recursos financieros de la empresa.

6.4.4. Presupuesto

<u>PLAN Contable - Tributario</u> Acciones	Recursos	Costo unitario (\$)	Total (\$)
Definir metas de crecimiento de ventas específicas y medibles	16 horas x 2 gerentes	2,50	80,00
<u>Compra de sistema contable</u>	Contratar servicio	800,00	800,00
Identificar y gestionar los posibles riesgos financieros	Contratar personal externo	200,00	200,00
Contratar plan de servicio Monday	Contratar aplicativo	212,00	212,00
Manual de políticas financieras de la agencia	Contratar personal especializado	700,00	700,00
		TOTAL (\$)	2.715,00

Tabla 20 Presupuesto del plan funcional Contable – Tributario

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Totales
<i>Definir metas de crecimiento de ventas específicas y medibles</i>	320,00	320,00	320,00	320,00	320,00	1600,00
<i>Compra de sistema contable</i>	800,00	300,00	300,00	300,00	300,00	2000,00
<i>Identificar y gestionar los posibles riesgos financieros</i>	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	2000,00
<i>Contratar plan de servicio Monday</i>	2544,00	2544,00	2544,00	2544,00	2544,00	12720,00
<i>Manual de políticas financieras de la agencia</i>	700,00			400,00		1100,00
totales	4764,00	3564,00	3564,00	3964,00	3564,00	19420,00

Tabla 21 Presupuesto del plan funcional Contable – Tributario 2

6.4.4. Ejecución de tareas plan Contable – Tributario

Tarea	Contribución	Horas	Responsable
Definir metas de crecimiento de ventas específicas y medibles	Los dos gerentes se encargaran de definir los puntos planteados de la taera	16 horas	Guillermo Garcia y Junior Rodriguez
Compra de sistema contable	Conseguir proveedor adecuado para sistema contable en una agencia de marketing digital	176 horas	Personal por honorarios
Identificar y gestionar los posibles riesgos financieros	Contratar personal que realice un estudio de la agencia y haga una planificación de los posibles riesgos que puede presentar la agencia	120 horas	Personal por honorarios
Contratar plan de servicio Monday	En este caso se debe en cuenta que en Monday se puede contratar planes mensuales de uso	8 horas	Aplicativo digital
Manual de políticas financieras de la agencia	Creacion de manual de políticas financieras a cargo de personal totalmente capacitado	176 horas	Personal por honorarios

Tabla 22 tareas en el plan Contable - Tributario

6.5. Plan de responsabilidad social empresarial (RSE)

6.5.1. Situación actual de la RSE

La agencia Verso Marketing, en su compromiso con la responsabilidad social empresarial, ha adoptado una postura proactiva y dedicada en la protección del medio ambiente. Como agencia especializada en servicios digitales, Verso Marketing ha identificado que su enfoque en el mundo digital ofrece oportunidades significativas para minimizar su huella ambiental y contribuir a la sostenibilidad.

Una de las formas en que Verso Marketing demuestra su compromiso es a través de la implementación de prácticas empresariales sostenibles en su operación diaria. Esto incluye la optimización del consumo de energía y recursos en sus instalaciones, la gestión adecuada de los residuos generados y la promoción del uso responsable de los recursos naturales entre su personal.

También, Verso Marketing busca constantemente maneras de promover la conciencia ambiental entre sus clientes y colaboradores. A través de la implementación de estrategias de marketing digital responsables, la agencia busca educar a sus clientes y fomentar prácticas sostenibles en sus estrategias de marketing en línea. También busca establecer alianzas con proveedores y socios comerciales que compartan su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social.

6.5.2. *Objetivos de RSE*

- Establecer un programa de voluntariado corporativo para que los empleados de la agencia participen en actividades comunitarias al menos dos veces al año, durante los próximos 12 meses.
- Fomentar la inclusión y la diversidad en la empresa, estableciendo un programa de capacitación en línea para los empleados sobre temas de inclusión y diversidad en el lugar de trabajo, y alcanzar una plantilla diversa en un 30% en los próximos 2 años.
- Contribuir con una organización benéfica local cada trimestre mediante donaciones en efectivo y/o en especie, con el objetivo de retribuir a la comunidad y aumentar la conciencia sobre la importancia de la responsabilidad social corporativa.
- Realizar campañas publicitarias incentivando a la importancia del reciclaje y la importancia de la responsabilidad social de las agencias de marketing digital.

- Medir y reportar regularmente el impacto social y ambiental de las actividades de Verso Marketing.

6.5.3. *Actividades de RSE*

- Realizar una encuesta interna para identificar las preferencias de los empleados en términos de actividades de voluntariado y seleccionar dos actividades que se ajusten a sus intereses y horarios.
- Implementar una plataforma de capacitación en línea accesible para todos los empleados.
- Establecer un fondo corporativo de donaciones con asignación presupuestaria trimestral, y seleccionar organizaciones benéficas locales en colaboración con los empleados.
- Crear una serie de anuncios y publicaciones en redes sociales que destaquen la importancia del reciclaje y la responsabilidad social de las agencias de marketing digital.
- Implementar un sistema de seguimiento y reporte integrado que incluya la recopilación regular de datos relevantes sobre el impacto social y ambiental de las actividades de la agencia.

6.5.4. *Presupuesto*

PLAN DE RSE Acciones	Recursos	Costo unitario (\$)	Total (\$)
Realizar una encuesta interna			
Implementar una plataforma de capacitación en línea	64 horas x 1 personal	260,00	260,00
Establecer un fondo corporativo de donaciones	8 horas x 1 gerente	1300,00	1300,00
Crear una serie de anuncios y publicaciones en redes sociales	8 horas x 1 gerente	350,00	350,00
Implementar un sistema de seguimiento y reporte integrado	8 horas x 1 personal Contratación de equipo de administración en marketing	200,00	200,00
		TOTAL (\$)	2.715,00

Tabla 23 Presupuesto del plan funcional de responsabilidad social empresarial

Descripción	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027	Totales
<i>Realizar una encuesta interna</i>	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	600,00
<i>Implementar una plataforma de capacitación en línea</i>	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	1000,00
<i>Establecer un fondo corporativo de donaciones</i>	1300,00	1300,00	1500,00	1500,00	2000,00	7600,00
<i>Crear una serie de anuncios y publicaciones en redes sociales</i>	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	3500,00
<i>Implementar un sistema de seguimiento y reporte integrado</i>	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	1000,00
totales	2520,00	2520,00	2720,00	2720,00	3220,00	13700,00

Tabla 24 Presupuesto del plan funcional de responsabilidad social empresarial 2

6.4.5. Ejecución de tareas del plan de RSE

Tarea	Contribución	Horas	Responsable
Realizar una encuesta interna	Se realizara digitalmente y tendra de 10 a 15 preguntas y se le enviara el link a cada empleado para brinde sus respuesta y la persona encargada recopile la informacion asi como tambien la informacion de capacitacion en línea	64 horas	Jean Rodriguez
Implementar una plataforma de capacitación en línea	La gerencia financiera con el análisis de datos verificara la viabilidad de esta tarea	8 horas	Guillermo Garcia
Establecer un fondo corporativo de donaciones	La gerencia creativa será la encargada de realizar y monitorear esta campaña publicitaria mientras Evelyn realizará el contenido	8 horas	Junior Rodriguez y Evelyn Rodriguez
Crear una serie de anuncios y publicaciones en redes sociales	Contratar una empresa de auditoría que brinde la oportunidad de conocer cómo se maneja la agencia desde un punto externo	40 horas	Personal por honorarios

Tabla 25 tareas en el plan de responsabilidad social empresarial

6.6. Plan funcional de finanzas y evaluación financiera

6.6.1 Situación actual de la gerencia financiera

En cuanto a la situación financiera actual de la agencia de marketing digital, es importante destacar que ha logrado un reconocimiento a nivel latinoamericano gracias a su enfoque y expertise en el mercado. Sin embargo, con la expansión constante de TikTok a nuevos países en la región, es necesario que la agencia sea proactiva y tome medidas inmediatas para asegurarse de mantener su posición como líder en la industria. Si bien la agencia ha ganado reconocimiento en toda la

región latinoamericana, es crucial que siga evolucionando y adaptándose rápidamente a medida que TikTok se introduce en nuevos mercados. Esto implica estar al tanto de las tendencias y oportunidades emergentes en cada país, y tomar acciones estratégicas para aprovecharlas y mantenernos a la vanguardia de la competencia.

Es fundamental que sea una agencia proactiva y ágil en las decisiones financieras, identificando oportunidades de crecimiento y optimización de recursos en cada mercado en el que opera. Esto incluye la asignación eficiente de presupuestos, la gestión cuidadosa de los costos y gastos, y la búsqueda activa de nuevas vías de ingresos y negocios. Como líder en la región, debe mantener una visión a largo plazo y una mentalidad estratégica para asegurar la sostenibilidad y el crecimiento financiero de la agencia. Esto implica estar dispuestos a invertir en la mejora continua de los servicios, la capacitación del equipo y la expansión a nuevos mercados de manera rápida y eficiente.

6.6.2. *Objetivos de finanzas*

- Lograr un incremento del 20% en los niveles de venta de forma anual.
- Aumentar la rentabilidad en un 10% de forma anual.
- Controlar y optimizar los costos y gastos operativos de la agencia.
- Es asegurar un flujo constante y adecuado de efectivo, gestionando los ingresos y egresos de manera eficiente.
- Asegurar que la agencia cuente con el capital de trabajo necesario para operar de manera eficiente y cumplir con sus obligaciones financieras

6.6.3. Inversión en activos (fijos e intangibles). Depreciación y amortización 2023-2027

INVERSIONES	INICIO ACTIVIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VIDA ÚTIL	(%) Amort
ACTIVO NO CORRIENTE (A)								
SISTEMA CONTABLE	\$800,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	\$300,00	5	20%
SISTEMA MONDAY	\$1,484,00	\$1,484,00	\$2,544,00	\$2,544,00	\$2,544,00	\$2,544,00		0%
EQUIPO DE COMPUTACION	\$2,000,00						10	10%
MOBILIARIO Y EQUIPO	\$1,000,00						15	7%
SISTEMA TIKTOK	\$5,000,00	\$5,000,00	\$5,000,00	\$5,000,00	\$5,000,00	\$5,000,00		0%
								0%
TOTAL NO CORRIENTE	10,284,00	6,784,00	7,844,00	7,844,00	7,844,00	7,844,00		
ACTIVO CORRIENTE (B)								
Existencias iniciales								
Tesorería (Caja Bancos)	68,000,00							
TOTAL CORRIENTE	68,000,00							
TOTAL INVERSIÓN (A + B)	78,284,00	6,784,00	7,844,00	7,844,00	7,844,00	7,844,00		

Tabla 26 Inversion en activos

CÁLCULOS INTERMEDIOS						
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SISTEMA CONTABLE	800,00	1,100,00	1,400,00	1,700,00	2,000,00	2,300,00
SISTEMA MONDAY	1,484,00	2,968,00	5,512,00	8,056,00	10,600,00	13,144,00
EQUIPO DE COMPUTACION	2,000,00	2,000,00	2,000,00	2,000,00	2,000,00	2,000,00
MOBILIARIO Y EQUIPO	1,000,00	1,000,00	1,000,00	1,000,00	1,000,00	1,000,00
SISTEMA TIKTOK	5,000,00	10,000,00	15,000,00	20,000,00	25,000,00	30,000,00
TOTAL	10,284,00	17,068,00	24,912,00	32,756,00	40,600,00	48,444,00
DOTACIÓN AMORTIZACIONES	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SISTEMA CONTABLE	0,00	220,00	280,00	340,00	400,00	460,00
SISTEMA MONDAY	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
EQUIPO DE COMPUTACION	0,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
MOBILIARIO Y EQUIPO	0,00	66,67	66,67	66,67	66,67	66,67
SISTEMA TIKTOK	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	0,00	486,67	546,67	606,67	666,67	726,67
AMORTIZACIÓN ACUMULADA	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SISTEMA CONTABLE	0,00	220,00	500,00	840,00	1,240,00	1,700,00
SISTEMA MONDAY	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
EQUIPO DE COMPUTACION	0,00	200,00	400,00	600,00	800,00	1,000,00
MOBILIARIO Y EQUIPO	0,00	66,67	133,33	200,00	266,67	333,33
SISTEMA TIKTOK	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	0,00	486,67	1,033,33	1,640,00	2,306,67	3,033,33

Tabla 27 Cálculos intermedios

6.6.4. Proyección de ventas 2023-2027

VENTAS / INGRESOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Recarga de TikTok Ads	unidades	19,200,00	23,000,00	25,000,00	27,500,00	30,000,00
	precio	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
	ingresos	192,000,00	230,000,00	250,000,00	275,000,00	300,000,00
Curso de TikTik Ads	unidades	100,00	250,00	250,00	500,00	500,00
	precio	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
	ingresos	4,000,00	10,000,00	10,000,00	20,000,00	20,000,00
Baby TikTok	unidades	2,00	5,00	5,00	8,00	10,00
	precio	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
	ingresos	400,00	1,000,00	1,000,00	1,600,00	2,000,00
Medium TikTok	unidades	2,00	5,00	5,00	8,00	10,00
	precio	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
	ingresos	600,00	1,500,00	1,500,00	2,400,00	3,000,00
Golden TikTok	unidades	2,00	5,00	5,00	8,00	10,00
	precio	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
	ingresos	600,00	1,500,00	1,500,00	2,400,00	3,000,00
TOTAL INGRESOS		197,600,00	244,000,00	264,000,00	301,400,00	328,000,00

Tabla 28 Proyeccion de ventas

6.6.5. Proyección de costos y gastos operativos 2023-2027

		CÁLCULOS INTERMEDIOS				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PERSONAL	DATOS					
Salario medio mensual	2,500,00	30,000,00	31,212,00	31,836,24	32,472,96	33,122,42
Incremento salarial anual	2,00%					
Nº de empleados año 1	1					
Nº de empleados año 2	1					
Nº de empleados año 3	1					
Nº de empleados año 4	1					
Nº de empleados año 5	1					
% coste Seguridad Social	13,00%	3,900,00	4,057,56	4,138,71	4,221,49	4,305,92
Total gastos de personal		33,900,00	35,269,56	35,974,95	36,694,45	37,428,34
ALQUILER						
Alquiler mensual	260,00	3,120,00	3,182,40	3,246,05	3,310,97	3,377,19
Subida anual prevista en %	2,00%					
OTROS GASTOS						
Gastos administrativos	200,00	2,400,00	2,448,00	2,496,96	2,546,90	2,597,84
Gastos de ventas (Planes func.)	211,270,00	44,354,00	41,263,08	42,691,08	43,099,08	43,201,08
Subida media anual en %	2,00%					
TOTAL OTROS GASTOS		46,754,00	43,711,08	45,188,04	45,645,98	45,798,92
TOTAL GASTOS		83,774,00	82,163,04	84,409,04	85,651,40	86,604,44

Tabla 29 Proyección de costos y gastos

6.6.6. Cálculo del capital de trabajo 2022-2026

FINANCIACIÓN		INICIO ACTIVIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RECURSOS PROPIOS		78,284,00					
PRESTAMOS							
Condiciones	Tipo de Interés						
	Años						
TOTAL FINANCIACIÓN		78,284,00					
COMPARACIÓN	INVERSIÓN	78,284,00	8,784,00	7,844,00	7,844,00	7,844,00	7,844,00
	FINANCIACION	78,284,00					

Tabla 30 Cálculo de capital de trabajo

6.6.7. Estructura y opciones de financiamiento 2023-2027

No hay datos ya que no se pretende tener en cuenta el financiamiento.

6.6.8. Estado de resultado proyectado 2023-2027

CUENTA DE RESULTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	197,600,00	244,000,00	264,000,00	301,400,00	328,000,00
Aprovisionamiento	5,000,00	5,000,00	5,000,00	5,000,00	5,000,00
Variación de existencias					
Margen	192,600,00	239,000,00	259,000,00	296,400,00	323,000,00
Gastos de personal	33,900,00	35,269,56	35,974,95	36,694,45	37,428,34
Alquileres	3,120,00	3,182,40	3,246,05	3,310,97	3,377,19
Otros gastos	46,754,00	43,711,08	45,188,04	45,645,98	45,798,92
EBITDA ?	108,826,00	156,836,96	174,590,96	210,748,60	236,395,56
Amortizaciones	486,67	546,67	606,67	666,67	726,67
EBIT ?	108,339,33	156,290,29	173,984,29	210,081,93	235,668,89
Gastos financieros					
BAI ?	108,339,33	156,290,29	173,984,29	210,081,93	235,668,89
Impuesto sobre beneficios	16,250,90	23,443,54	26,097,64	31,512,29	35,350,33
Resultado	92,088,43	132,846,75	147,886,65	178,569,64	200,318,56
DISTRIBUCIÓN DE BENEFICIOS					
DIVIDENDO	23,022,11	33,211,69	36,971,66	44,642,41	50,079,64
RESERVAS	69,066,33	99,635,06	110,914,99	133,927,23	150,238,92

Tabla 31 Estado de resultados proyectado

6.6.9. Estado de situación financiera proyectado 2023-2027

BALANCE PREVISIONAL	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
Inmovilizado	10,284,00	17,068,00	24,912,00	32,756,00	40,600,00	48,444,00
Amortizaciones		486,67	1,033,33	1,640,00	2,306,67	3,033,33
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	10,284,00	16,581,33	23,878,67	31,116,00	38,293,33	45,410,67
Existencias						
Clientes						
Tesorería	68,000,00	130,768,99	223,106,72	326,784,37	453,534,27	596,655,86
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	68,000,00	130,768,99	223,106,72	326,784,37	453,534,27	596,655,86
TOTAL ACTIVO	78,284,00	147,350,33	246,985,39	357,900,37	491,827,61	642,066,52
PASIVO						
Recursos propios	78,284,00	78,284,00	78,284,00	78,284,00	78,284,00	78,284,00
Reservas		69,066,33	168,701,39	279,616,37	413,543,61	563,782,52
Resultados negativos						
Préstamos						
TOTAL NO CORRIENTE	78,284,00	147,350,33	246,985,39	357,900,37	491,827,61	642,066,52
Proveedores						
Tesorería negativa						
TOTAL CORRIENTE						
TOTAL PASIVO	78,284,00	147,350,33	246,985,39	357,900,37	491,827,61	642,066,52

Tabla 32 Estado de situación financiera proyectado

6.6.10. Flujo de caja proyectado 2023-2027

TESORERÍA AL FINAL DE CADA AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo inicial	68,000,00	130,768,99	223,106,72	326,784,37	453,534,27
+ Beneficio	92,088,43	132,846,75	147,886,65	178,569,64	200,318,56
+ Amortizaciones	486,67	546,67	606,67	666,67	726,67
+ Préstamos obtenidos					
+ Ampliaciones de capital					
+ Crédito de proveedores					
- Crédito a clientes					
- Dividendos	23,022,11	33,211,69	36,971,66	44,642,41	50,079,64
- Devoluciones de préstamos					
- Inversiones	6,784,00	7,844,00	7,844,00	7,844,00	7,844,00
- Existencias					
Saldo final	130,768,99	223,106,72	326,784,37	453,534,27	596,655,86

Tabla 33 Flujo de caja proyectado

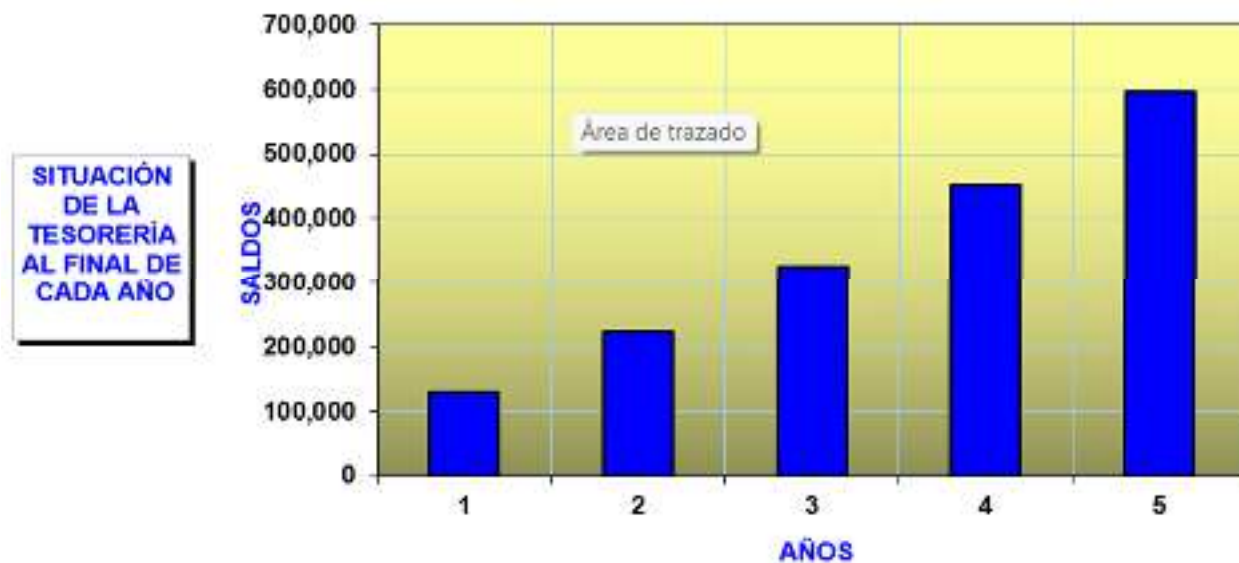


Tabla 34 Flujo de caja proyectado 2

6.6.11. Indicadores de rentabilidad 2023-2027

	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	LIMITES
ANÁLISIS DEL BALANCE							
Fondo de maniobra ?	68,000,00	130,768,99	223,106,72	326,784,37	453,534,27	596,655,86	>0.00
Tesorería ?	68,000,00	130,768,99	223,106,72	326,784,37	453,534,27	596,655,86	>0,00
Ratio de Tesorería ?							>0,50
Ratio de Liquidez ?							>1,50
Ratio de Endeudamiento ?							<0,60

PUNTO DE EQUILIBRIO							
Ventas (V) ?		197,600,00	244,000,00	264,000,00	301,400,00	328,000,00	
Coste variables (C) ?		5,000,00	5,000,00	5,000,00	5,000,00	5,000,00	
Margen (M) ?		192,600,00	239,000,00	259,000,00	296,400,00	323,000,00	>CF
% Margen s/ventas ?		97%	98%	98%	98%	98%	
Costes fijos (CF) ?		83,774,00	82,163,04	84,409,04	85,651,40	86,604,44	<M
Umbral Rentabilidad ?		85,948,82	83,881,93	86,038,56	87,096,26	87,945,07	<V

RENTABILIDAD ?							
Económica							
Rotación ?		1,34	0,99	0,74	0,61	0,51	>0
Margen ?		0,55	0,64	0,66	0,70	0,72	>0
Financiera							
Apalancamiento ?		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	>=1
Efecto fiscal ?		0,85	0,85	0,85	0,85	0,85	
ROE							
ROE ?		0,62	0,54	0,41	0,36	0,31	>0
ROE en %		62,50%	53,79%	41,32%	36,31%	31,20%	>0

Tabla 35 Indicadores de rentabilidad

CONCLUSIONES

La implementación de este plan estratégico es esencial para garantizar el crecimiento y el éxito continuo de Verso Marketing Digital. La planificación adecuada y la implementación de nuevas estrategias y servicios permitirán a la empresa expandir su presencia en el mercado y mantenerse al tanto de las últimas tendencias en el ámbito del marketing digital. También, al establecer nuevas conexiones con empresas y agencias cercanas, Verso Marketing Digital podrá fortalecer su posición en el mercado y atraer a nuevos clientes potenciales. Al expandir sus servicios y ofrecer soluciones innovadoras y creativas a sus clientes, Verso Marketing Digital podrá consolidar su posición como líder en el mercado de servicios de marketing digital en América Latina y alcanzar su visión de convertirse en una empresa sólida y confiable en la región. La identificación de las tendencias y desafíos del mercado permitirá a la empresa desarrollar estrategias efectivas para diferenciarse y destacarse en un entorno cada vez más competitivo. Al considerar los factores externos que pueden afectar el éxito de la empresa, se podrán tomar decisiones más informadas y precisas, lo que permitirá a la empresa tomar ventaja de las oportunidades del mercado y mantenerse a la vanguardia en el mercado del marketing digital. Definir el modelo de negocio, las características del producto y los planes para la implementación de la propuesta es crucial para lograr su objetivo de expansión de servicios y fortalecer su posición en el mercado de marketing digital. Este enfoque estratégico permitirá a la empresa identificar oportunidades y desarrollar planes efectivos para introducir su propuesta en el mercado, generando así mayores ingresos y consolidando su presencia en América Latina.

El éxito de la empresa Verso Marketing Digital en los próximos años dependerá de su capacidad para competir en un macroentorno altamente competitivo. La empresa deberá tener en

cuenta las tendencias y cambios en el mercado y adaptarse a ellos para mantener su posición en la industria del marketing digital.

Además, es importante definir un modelo de negocio sólido y eficiente que permita a la empresa ofrecer servicios innovadores y de alta calidad a sus clientes. La implementación de este modelo de negocio y la adopción de tecnologías emergentes serán fundamentales para el crecimiento y la expansión de la empresa.

Los objetivos estratégicos deben ser claramente definidos y enfocados en la expansión de los servicios de la empresa en los años 2023-2027. Para lograr estos objetivos, se deben establecer estrategias de marketing efectivas como los planteados en este trabajo especial de grado que permitan a la empresa atraer y retener a sus clientes, así como operaciones y recursos humanos eficientes para garantizar la entrega de servicios de calidad.

La responsabilidad social empresarial también debe ser un aspecto importante en la planificación estratégica de la empresa, ya que la sociedad actual exige a las empresas que sean socialmente responsables y comprometidas con el medio ambiente.

Por último, la gestión financiera adecuada es esencial para garantizar el éxito y la sostenibilidad a largo plazo de la empresa. La asignación de recursos financieros de manera efectiva y la implementación de estrategias de inversión adecuadas serán cruciales para alcanzar los objetivos estratégicos definidos.

En resumen, la empresa Verso Marketing Digital debe estar preparada para enfrentar los desafíos del mercado y adaptarse a los cambios para expandir sus servicios en los años 2023-2027. Una planificación estratégica sólida y una gestión adecuada son fundamentales para alcanzar el éxito en la industria del marketing digital y consolidar su posición como líder en la región.

RECOMENDACIONES

- Mantenerse actualizado en las tendencias del mercado y adaptarse a los cambios en el entorno competitivo.
- Desarrollar un modelo de negocio sólido que permita una rentabilidad sostenible a largo plazo.
- Ofrecer servicios innovadores y creativos que se adapten a las necesidades cambiantes de los clientes y se diferencien de la competencia.
- Establecer un equipo de recursos humanos comprometido y capacitado para llevar a cabo la implementación del plan estratégico.
- Mantener una responsabilidad social empresarial ética y sostenible que refleje los valores y objetivos de la empresa.
- Establecer una estructura financiera sólida que permita el crecimiento y la expansión de los servicios sin comprometer la estabilidad financiera de la empresa.
- Monitorear y analizar el rendimiento de las estrategias: Es importante llevar un seguimiento constante del rendimiento de las estrategias y ajustarlas según sea necesario. Esto permitirá a la empresa tomar decisiones informadas y mejorar continuamente.
- Fortalecer la cultura empresarial: Una cultura empresarial sólida puede ayudar a motivar al personal y mejorar la satisfacción del cliente. Asegurarse de que los empleados estén alineados con la visión y los objetivos de la empresa puede tener un impacto positivo en la productividad y el éxito a largo plazo.
- Invertir en tecnología y capacitación: La tecnología es un elemento clave en el marketing digital y es importante estar al tanto de las últimas tendencias y herramientas disponibles.

Capacitar al personal en el uso de estas herramientas también es esencial para aprovechar al máximo su potencial.

- Establecer alianzas estratégicas: La empresa puede considerar establecer alianzas con otras empresas en la industria del marketing digital o en áreas complementarias. Estas alianzas pueden ayudar a expandir la cartera de servicios de la empresa y mejorar su posición en el mercado.
- Mantener una buena relación con los clientes: La empresa debe asegurarse de mantener una comunicación clara y constante con sus clientes y estar siempre disponible.
- Invertir en formación y desarrollo de los empleados: El éxito de la empresa depende en gran medida de la calidad de sus empleados. Por lo tanto, es importante invertir en su formación y desarrollo para mejorar su competencia y habilidades en el campo del marketing digital.

En general, se recomienda a la empresa Verso Marketing Digital que mantenga un enfoque estratégico en sus operaciones, identifique y adapte las tendencias del mercado, y ofrezca servicios innovadores y de alta calidad a sus clientes para consolidar su posición como líder en la región. Además, se deben considerar aspectos como la responsabilidad social empresarial y la gestión financiera adecuada para garantizar la sostenibilidad a largo plazo de la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Asencio, J. D., Guarnizo, L. A., Caiche, W. J., & Medina, A. F. (2017). Análisis organizacional como herramienta de gestión en empresas de servicios. *Ciencia y tecnología para la salud visual y ocular*, 15(2), 15-22.

Barwise, P., & Meehan, S. (2010). The one thing you must get right when building a brand. *Harvard Business Review*, 88(12), 80-84.

Canhoto, A. I., & Clark, M. (2013). Customer service 140 characters at a time: The users' perspective. *Journal of Marketing Management*, 29(5-6), 522-544.

Chan, K. H., & Mauborgne, R. A. (2007). Blue ocean strategy. *Harvard Business Review*, 85(5), 76-84.

Chen, Y., Li, T., & Ratchford, B. T. (2019). Economic uncertainty and consumer choice: A review and future research agenda. *Marketing Science*, 38(4), 531-554.

Davenport, T. H. (2022). The digital marketing landscape in 2022. *Harvard Business Review*. Recuperado de <https://hbr.org/2022/01/the-digital-marketing-landscape-in-2022>

De Bellis, E., Dobeles, A. R., & Toleman, D. (2021). The impact of economic uncertainty on marketing decision-making. *Journal of Marketing*, 85(4), 1-22.

Fondo Monetario Internacional. (2022). Perspectivas de la economía mundial: Abril de 2022. Recuperado de <https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2022/04/05/world-economic-outlook-april-2022>

Forbes. (2020, August 4). Regulaciones publicitarias en Chile y cómo pueden afectar a tu marca. Recuperado de <https://forbes.co/2020/08/04/negocios/regulaciones-publicitarias-en-chile-y-como-pueden-afectar-a-tu-marca/>

Huang, R., & Rust, R. T. (2020). Artificial intelligence in service. *Journal of Service Research*, 23(2), 123-134.

Keller, K. L., & Fay, B. (2018). Influencers and social media. *Handbook of Research on Digital Media and Advertising: User Generated Content Consumption*, 304-318.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing*. Pearson.

Kozinets, R. V., Hemetsberger, A., & Schau, H. J. (2010). The wisdom of consumer crowds: Collective innovation in the age of networked marketing. *Journal of Macromarketing*, 30(3), 255-267.

Kshetri, N. (2018). Blockchain's roles in meeting key supply chain management objectives. *International Journal of Information Management*, 39, 80-89.

Nambisan, S., & Watt, J. H. (2011). Managing customer experiences in online product communities. *Journal of Business Research*, 64(8), 889-895.

Papacharissi, Z. (2010). *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites*. Routledge.

Rayna, T., & Striukova, L. (2016). Enterprise 2.0 and the impact on organisational knowledge exchange: A study of the French food industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 102, 44-56.

Rodríguez, M. (2005). La importancia del diagnóstico organizacional en la gestión de empresas. *Revista Venezolana de Gerencia*, 10(29), 335-353.

Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.

Darwin, C. (1859). *On the origin of species by means of natural selection, or the preservation of favoured races in the struggle for life*. John Murray.

Covey, S. R. (2004). *The 7 habits of highly effective people: restoring the character ethic*. Free Press.

Serrat, O. (2017). Colaboración. Recuperado de <https://www.eoi.es/blogs/observatorio/2017/09/29/colaboracion/>

Berkowitz, E. N. (2021). The importance of a learning culture. *Harvard Business Review*. Recuperado de <https://hbr.org/2021/02/the-importance-of-a-learning-culture>

Coughlan, A. T., & Grayson, K. (2019). Building a customer-centric organization. *Harvard Business Review*. Recuperado de <https://hbr.org/2019/09/building-a-customer-centric-organization>

Chang, S., & Huang, Y. (2021). The effect of human resource management diversity on employee job satisfaction: evidence from China. *Personnel Review*, 50(2), 454-470. <https://doi.org/10.1108/PR-11-2019-0515>

Deloitte. (2021). *Global Human Capital Trends 2021: The social enterprise in a world disrupted*. https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/6773_GHCTrends_2021/DI_Global-Human-Capital-Trends-2021.pdf

Álvarez, J., & Martínez, L. (2021). Tendencias y tecnologías emergentes en el marketing digital. *Revista de Marketing en Línea*, 10(2), 45-58.

López, A. y García, B. (2020). La importancia de la investigación y el desarrollo en el marketing digital. *Revista de Investigación Científica*, 14(2), 27-36.

Asociación de Marketing Digital. (2020). La educación continua es esencial en marketing digital debido a los cambios constantes en la tecnología y el comportamiento del consumidor. Recuperado el 14 de marzo de 2023, de <https://www.digitalmarketing.org/blog/the-importance-of-continuing-education-in-digital-marketing>

Kettunen, J., & Pekkola, S. (2017). Post-purchase customer service as a key driver of customer satisfaction and loyalty. *Journal of Service Theory and Practice*, 27(1), 23-42. <https://doi.org/10.1108/JSTP-05-2016-0119>

Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Fundamentos de marketing* (12a ed.). Pearson Educación.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principios de marketing*. Pearson Educación.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.

Verso Marketing. (s.f.). La importancia de tener procesos y procedimientos establecidos. Recuperado el 14 de marzo de 2023, de <https://www.versomarketing.com/importancia-procesos-procedimientos-establecidos/>

Tracy, J. A. (2015). *Contabilidad y finanzas para no financieros*. Ediciones Deusto.

Smith, J. (2018). *Gestión financiera efectiva: cómo controlar los costos y gastos de la empresa*. Editorial XYZ.

Covey, S. R. (1989). *The 7 Habits of Highly Effective People: Powerful Lessons in Personal Change*. Free Press.

Branson, R. (2016). *The Virgin Way: How to Listen, Learn, Laugh, and Lead*. Portfolio.

Buffett, W. E. (1998). *Warren Buffett on Business: Principles from the Sage of Omaha*. John Wiley & Sons.

Drucker, P. (1988). The coming of the new organization. *Harvard Business Review*, 66(1), 45-53.

Tello, J. C. (2013). Matriz FODA cruzada: análisis estratégico de la empresa. *Revista científica FAREM-Esteli*, 4(10), 31-40.

David, F. R., & David, F. R. (2021). *Conceptos de administración estratégica (16ª ed.)*. Pearson Educación.

ANEXOS

Anexo 001 Preguntas realizadas a Verso Marketing Digital

¿Cuál es la especialización de Verso Marketing Digital? ¿En qué se enfocan principalmente? ¿En qué se diferencia de otras agencias de marketing digital? ¿Dónde se encuentra su sede principal y qué otros países atienden? ¿Cuál es su visión y misión? ¿Qué tipo de empresas y marcas podrían beneficiarse más de los servicios de Verso Marketing Digital? ¿Cómo se diferencia Verso Marketing Digital de otras agencias de marketing digital en el mercado? ¿Cuál es el proceso que sigue Verso Marketing Digital para crear y recargar cuentas de TikTok Ads? ¿Qué resultados ha logrado Verso Marketing Digital para sus clientes en términos de ROI (retorno de inversión) y aumento de ventas? ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta Verso Marketing Digital en el mercado actual de publicidad digital en TikTok? ¿Qué estrategias y planes tiene Verso Marketing Digital para seguir creciendo y expandiéndose en el futuro? ¿Qué tipo de capacitación y experiencia tienen los profesionales de Verso Marketing Digital en publicidad digital en TikTok? ¿Cómo se comunica Verso Marketing Digital con sus clientes y cómo garantiza la satisfacción del cliente? ¿Cuáles son los costos y tarifas asociados con los servicios de Verso Marketing Digital? ¿Cuáles son las políticas y términos de servicio de Verso Marketing Digital en relación a la creación y recarga de cuentas de TikTok Ads?

Anexo 002 Logo Verso Marketing Digital



Anexo 003 Propuesta Verso Marketing Digital

Panel 1 (Top Left): Verso Propuesta Comercial Tik Tok Ads

Panel 2 (Top Right): ¿En qué consiste el servicio?
 Crear anuncios en esta plataforma te permite transmitir tus mensajes de una manera original, divertida y entretenida.
 La diferencia principal con otras plataformas como Google o Facebook Ads, es que conectas con tu público como una marca humanizada que está en la vanguardia de las tendencias.
 En tu estrategia de Marketing Digital, te permite mostrar publicidad digital de una manera innovadora y entretenida, llegando a tu público objetivo y aumentando las ventas de tu negocio.
 ¿Cómo hago para viralizar un video en Tik Tok?
 (Illustration of a man sitting on a speech bubble)

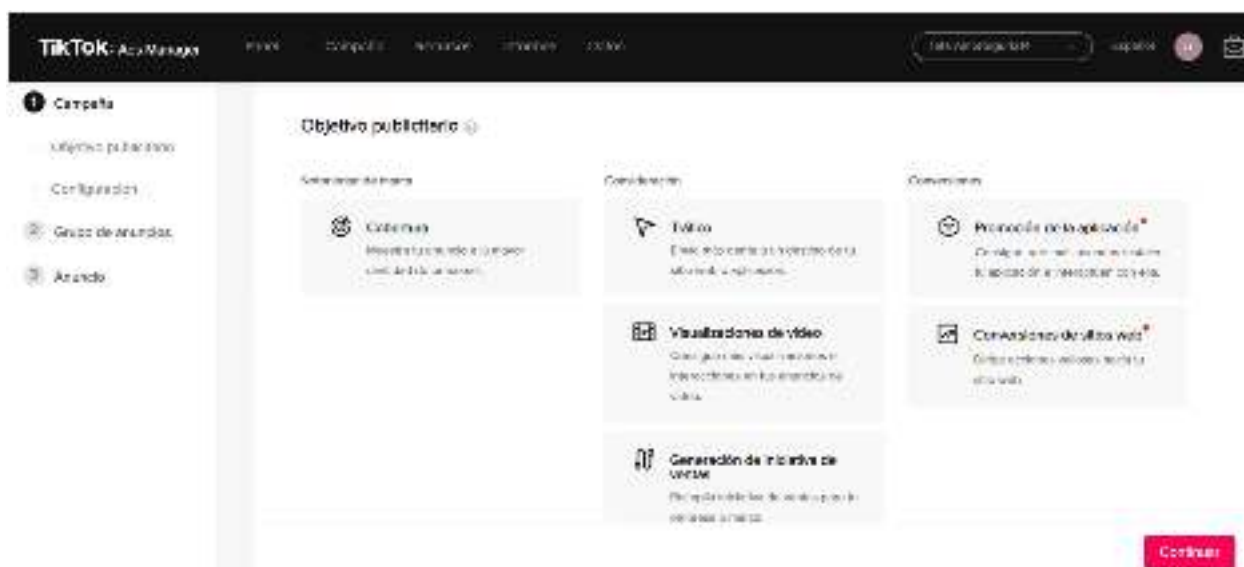
Panel 3 (Bottom Left): Beneficios de TikTok Ads
 Menos saturación
 Acceso a nuevos mercados
 Integración entre contenido y publicidad

Panel 4 (Bottom Right): ¿Cómo podemos ayudarte?
 Como tú, somos emprendedores y conocemos de cerca las herramientas y técnicas de marketing digital para alcanzar tus objetivos empresariales.
 Ayudamos a emprendedores y empresas a mejorar y potenciar las ventas de sus negocios con servicios de marketing innovadores, creativos y profesionales.
 ¿Nuestro lema? Crear, crear y desarrollar!

Anexo 004 Perfil Tiktok de Verso Marketing Digital



Anexo 005 plataforma de Tiktok Ads



Anexo 006 Formato de campañas en TikTok Ads de Verso Marketing Digital

INFORME VERSO MARKETING

DEL 01 DE AGOSTO AL 07 DE AGOSTO DE 2022

DETALLE DE CAMPAÑAS DE TIKTOK ADS

Campaña con Pagina Instantánea nueva
Colombia, Perú, México, Chile

	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
GASTO		\$12.70	\$20.00	\$20.18	\$19.55	\$19.40	\$38.73
CLICS		295	340	502	292	258	536
CPC		\$0.04	\$0.06	\$0.04	\$0.07	\$0.08	\$0.07
CPM		\$0.28	\$0.36	\$0.18	\$0.55	\$0.52	\$0.49
Conversiones		134	187	190	127	130	233
CPA		\$0.09	\$0.11	\$0.11	\$0.15	\$0.15	\$0.17

Presupuesto total: \$111.17