

Maxia Agencia de Marketing digital



Maxia Agencia de Marketing digital

Paula Andrea Sánchez Betancourt

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de

Comunicadora social - Periodista

Tutora de Centro progesa: Luz Adriana Castañeda

Tutora de la facultad: Natalia Montejo Vélez

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Bogotá

Bogotá Presencial

Facultad ciencias de la comunicación

Programa Académico Comunicación social – Periodismo

2025

Maxia Agencia de Marketing digital

Tabla de contenido

RESUMEN	6
ABSTRACT	7
INTRODUCCIÓN	8
JUSTIFICACIÓN	10
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
PREGUNTA PROBLEMA	20
OBJETIVOS	21
MARCO CONTEXTUAL	22
MARCO CONCEPTUAL.....	24
ANALISIS DEL ENTORNO	25
COMPRENSIÓN DEL MERCADO	33
ANALISIS DE COMPETENCIA	36
ESTRATEGIA DE MERCADO.....	33
ESTRATEGIA DE OPERACIÓN	45
PORTAFOLIO ESTRATEGIA COMUNICATIVA	51
DIAGRAMA FLUJO DE PRODUCCIÓN.....	58
ASPECTOS LEGALES	68
ASPECTOS FINANCIEROS.....	69

Maxia Agencia de Marketing digital

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 68

BIBLIOGRAFÍA72

Maxia Agencia de Marketing digital

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Logo de Maxia	42
Figura 2. Diagrama de flujo del servicio de automatización de leads en Maxia	49

Maxia Agencia de Marketing digital**Lista de Tablas**

Tabla 1 Analisis Pestel	25
Tabla 2 Análisis de competencia	36
Tabla 3 Estructura organixacional de Maxia.....	54

Maxia Agencia de Marketing digital

Resumen

Este trabajo presenta el desarrollo del plan de negocio de *Maxia*, una agencia de marketing digital colombiana que nace como emprendimiento desde la formación profesional en comunicación social, periodismo y mercadeo. Maxia integra la inteligencia artificial, la automatización de procesos y la comunicación estratégica para ofrecer soluciones innovadoras a empresas que buscan optimizar su presencia en el entorno digital. A través de un análisis contextual, diagnóstico del mercado, estudio de competencia, segmentación de clientes y definición de un modelo de negocio sostenible, se plantea una propuesta diferenciadora enfocada en nichos como el sector salud. El modelo se sustenta en un enfoque consultivo, el uso de herramientas digitales y un equipo con roles estratégicos que permiten una operación eficiente. Además, se desarrollan productos y servicios como campañas de remarketing, automatización de leads y diagnóstico comunicativo, los cuales responden a problemáticas actuales del ecosistema digital. Se concluye que Maxia cuenta con un modelo escalable y competitivo, alineado a las nuevas dinámicas de consumo y a las oportunidades que ofrece la transformación digital en Colombia.

Palabras clave: marketing digital, comunicación estratégica, automatización, inteligencia artificial, Innovación

Maxia Agencia de Marketing digital

Abstract

This paper presents the development of the business plan for Maxia, a Colombian digital marketing agency born as an entrepreneurial initiative rooted in academic training in social communication, journalism, and marketing. Maxia integrates artificial intelligence, process automation, and strategic communication to offer innovative solutions to companies seeking to optimize their presence in the digital environment. Through contextual analysis, market diagnostics, competitive benchmarking, customer segmentation, and the definition of a sustainable business model, a differentiated proposal is presented, focused on niche sectors such as healthcare. The model is supported by a consultative approach, the use of digital tools, and a team with strategic roles that enable efficient operations. Additionally, products and services such as remarketing campaigns, lead automation, and communication audits are developed, all of which address current challenges in the digital ecosystem. It is concluded that Maxia has a scalable and competitive model aligned with new consumer dynamics and the opportunities presented by digital transformation in Colombia.

Keywords: digital marketing, strategic communication, automation, artificial intelligence, innovation

Maxia Agencia de Marketing digital

Introducción

En el contexto actual de transformación digital y acelerado crecimiento del ecosistema digital en Colombia, muchas empresas enfrentan un desafío constante: cómo conectar eficazmente con sus audiencias en entornos cada vez más saturados, competitivos y cambiantes. A pesar de contar con herramientas tecnológicas avanzadas, plataformas de publicidad digital y múltiples canales de comunicación, gran parte de los negocios, especialmente las pequeñas y medianas empresas, no logran obtener los resultados esperados de sus esfuerzos en marketing. La falta de una estrategia clara, el desconocimiento de los procesos de automatización y la escasa personalización en los mensajes son factores que limitan el impacto de sus acciones. Este panorama motivó el desarrollo de *Maxia*, una agencia de marketing digital que nace desde una visión comunicacional y estratégica, integrando inteligencia artificial, automatización y creatividad como pilares para transformar la manera en que las marcas se relacionan con sus públicos.

Este trabajo de grado tiene como objeto de estudio el diseño, análisis y validación del modelo de negocio de Maxia, planteando la hipótesis de que es posible crear una agencia digital que se diferencie por ofrecer soluciones personalizadas, automatizadas y sostenibles en un mercado en crecimiento. La pregunta central que orientó esta investigación fue ¿Cómo puede Maxia desarrollar una estrategia innovadora que le permita destacarse en el mercado y atender eficazmente las necesidades de sus clientes en el entorno digital? Para responderla, se abordó un enfoque integral que contempla el estudio del contexto digital colombiano, la caracterización

Maxia Agencia de Marketing digital

del cliente ideal, la evaluación de la competencia, el desarrollo de un portafolio de servicios diferencial y la estructuración de un modelo organizacional y financiero viable.

Desde la perspectiva de la comunicación estratégica, el proyecto se fundamenta en referentes teóricos como el modelo de Sandra Massoni, que propone procesos de diagnóstico, definición de objetivos y segmentación como base para diseñar estrategias efectivas. Asimismo, se retoman enfoques sobre transformación digital, marketing con inteligencia artificial y automatización, que han sido abordados por diversas fuentes como ENAE Business School, Portafolio, Infobae y estudios sectoriales en Colombia. Estos insumos permiten posicionar el problema desde una mirada crítica, argumentando que no basta con adoptar tecnologías, sino que es necesario integrarlas de forma coherente con una visión comunicacional centrada en el usuario.

En ese sentido, el presente documento expone paso a paso el desarrollo del emprendimiento Maxia, desde su justificación, formulación del problema, análisis de contexto y mercado, hasta la construcción del modelo de negocio, portafolio de servicios, estrategia de mercadeo, aspectos legales y recomendaciones finales. La propuesta busca no solo aportar a la solución de un problema identificado en el entorno empresarial, sino también evidenciar cómo desde la formación en comunicación social y marketing digital es posible generar emprendimientos sostenibles, éticos y alineados con las dinámicas de cambio de la era digital.

Maxia Agencia de Marketing digital

Justificación

Maxia es una agencia de marketing digital que está conformada por tres personas dos de ellas tienen conocimientos sobre marketing y una de ellas sobre comunicación social y periodismo. La idea de esta empresa surge desde nuestras experiencias en las carreras ya mencionadas, que al combinarse permite desarrollar estrategias innovadoras y efectivas para nuestros clientes. El propósito de Maxia es construir y consolidar una empresa que no solo llegue a ser relevante en el mercado, sino que, también aporte un valor real a la transformación de las empresas que trabajen junto a nosotros.

El campo de la comunicación, entendido como una disciplina estratégica, es fundamental para el desarrollo de proyectos de emprendimiento, ya que permite comprender a profundidad las dinámicas sociales, las audiencias y los procesos organizacionales. Como lo plantea Marilly Cano en su trabajo de grado en la Universidad Católica de Pereira, Comunicación Estratégica, y estrategias de comunicación para el desarrollo de las organizaciones (2012), la planificación de la comunicación es una herramienta clave que permite proyectar, estructurar y ejecutar acciones con sentido estratégico, facilitando así el desarrollo de organizaciones sostenibles e innovadoras desde una visión integral. En la carrera de comunicación social y periodismos se vio una clase llamada planificación y gestión de la comunicación, en la que se enseñó conocimientos sobre estrategias comunicativas, diagnóstico comunicativo que se basa en el reconocimiento de la situación actual de una organización y desarrollo de planes de comunicación interna y externa.

Maxia Agencia de Marketing digital

Dentro de la clase, se habló sobre el modelo de comunicación estratégica de Sandra Massoni, el cual propone un enfoque que parte de la definición de objetivos claros y precisos para diseñar una estrategia que permita alcanzarlos de manera efectiva. Hablaba también de tres movimientos, en el primer movimiento se hace una evaluación completa de la situación actual de la organización; en el segundo, se establecen los objetivos que se desean alcanzar; y, por último, el tercer movimiento, se define el público objetivo.

En su modelo de comunicador estratégico, Sandra Massoni sostiene que el profesional de la comunicación no se limita a transmitir mensajes, sino que actúa como un mediador cultural capaz de diseñar e implementar estrategias adaptadas a los objetivos y necesidades de cada contexto. Esta visión plantea al comunicador como un actor clave en los procesos de transformación organizacional, ya que posee herramientas para interpretar realidades complejas, facilitar el diálogo entre actores diversos y construir relaciones con los públicos. En el caso de Maxia, esto ha sido fundamental para estructurar nuestras propuestas de valor, de que no solo comunicamos servicios, sino que entendemos el entorno de nuestros clientes, analizamos sus necesidades y proponemos estrategias que fortalecen su posicionamiento y reputación.

Además, el aprender y experimentar diferentes herramientas como Modelo Canvas, Pestel, Drafo y Meta plan. Estas herramientas permitirán hacer un análisis profundo de las empresas que trabajen con Maxia. El proceso de las profesionales fortaleció el enfoque hacia la comunicación estratégica, consolidando el interés de crear soluciones que aporten valor real a las marcas que trabajen con Maxia.

Maxia Agencia de Marketing digital

A lo largo de la formación profesional, se comprendió que la comunicación estratégica va más allá de emitir mensajes, como lo menciona Nagore García en su artículo comunicación estratégica para organizaciones responsables:10 claves “La comunicación estratégica va más allá de transmitir mensajes, se trata del proceso de diseñar, planificar, ejecutar y evaluar las acciones de comunicación que las organizaciones promueven con sus públicos para alcanzar sus objetivos o soluciones a problemas” con base a esto podemos decir que la comunicación estratégica no es solo transmitir un mensaje sino, también se trata de construir relaciones, posicionar marcas y generar impacto real en los públicos. Las habilidades adquiridas en redacción, creación de piezas, planificación de contenidos y análisis organizacional son competencias que mi carrera me permitió desarrollar y que hoy pongo al servicio de este proyecto.

Teniendo en cuenta esto, podría decirse que como comunicadora social y periodista formada en Uniminuto, mi participación en Maxia se fundamenta en la visión de la comunicación para el cambio social, que propone transformar entornos a través de mensajes con sentido, estrategias responsables y conexión humana. Este enfoque, más allá de todo lo comercial, me permite aportar una mirada crítica y ética al marketing digital, integrando habilidades adquiridas en la universidad como la investigación, el diagnóstico organizacional, la planificación estratégica y la creación de contenidos que respondan a realidades concretas. En Maxia, aplico estos conocimientos para construir propuestas que no solo buscan un resultado, sino también fortalecer la relación de las marcas con sus audiencias desde la empatía, el propósito y la coherencia, demostrando que la comunicación puede ser también una herramienta fundamental para la transformación dentro del entorno empresarial.

Maxia Agencia de Marketing digital

Por otro lado, la especialización en Marketing Digital es una de las áreas con mayor crecimiento y relevancia en la actualidad. Las empresas buscan estrategias efectivas para diferenciarse en un entorno cada vez más competitivo, lo que ha impulsado la demanda de servicios especializados. Según el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia (MinTIC), la publicidad digital en el país creció un 4,1% en comparación con 2023, reflejando la acelerada adopción de herramientas digitales en sectores como MarTech, SaludTech y AgroTech. Este crecimiento confirma que el marketing digital es una herramienta esencial para las marcas que buscan consolidar su presencia en el mercado. En este caso nos da el conocimiento para diseñar estrategias de posicionamiento, optimización publicitaria y automatización de campañas, mejorando la eficiencia y el impacto de cada acción de marketing. Maxia busca convertirse en una solución para empresas que necesitan comunicar de manera coherente, efectiva y conectada con su entorno digital.

Teniendo en cuenta que la digitalización es clave para el crecimiento empresarial, identificamos la necesidad de ayudar a las compañías a fortalecer su presencia en el entorno digital, pero es clave entender que la transformación digital va más allá de la adopción de tecnologías; implica una reestructuración profunda de procesos, estrategias y modelos de negocio centrados en el usuario. Según ENAE Business School, en su artículo La Transformación Digital en las empresas: qué es, procesos y objetivos (2023) "el principal objetivo de la Transformación Digital debe ser proporcionar la mejor experiencia de uso y resultado posible al usuario final"

Maxia Agencia de Marketing digital

En la actualidad, la transformación digital no solo ha cambiado la forma en que las empresas comercializan sus productos, sino también la manera en la que comunican y construyen relaciones con sus audiencias. Según el artículo de Telos: Revista de Pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad *Educación Superior: Mutación Digital* (2015) “la digitalización exige que las organizaciones replanteen sus procesos de comunicación, incorporando innovación tecnológica, automatización y estrategias basadas en la personalización de mensajes para atender las nuevas dinámicas de interacción en los entornos digitales” (Página 117)

Esta necesidad de evolución en los modelos de comunicación también afecta al marketing y a la gestión de las marcas. Tal como plantea el texto, hoy las organizaciones que deseen mantenerse competitivas deben integrar tecnologías que potencien la comunicación efectiva con sus públicos y adapten sus estrategias a las nuevas exigencias de inmediatez, segmentación y relevancia.

En Maxia, ofrecemos estrategias personalizadas y un acompañamiento cercano, asegurándonos de que cada marca no solo digitalice sus procesos, sino que conecte con sus públicos de forma auténtica, clara y persuasiva, brindando siempre la mejor experiencia posible al usuario. Para lograrlo, partimos de un análisis profundo de los públicos objetivos de cada cliente, utilizando herramientas de investigación digital, escucha activa en redes sociales, análisis de datos y mapeo de audiencias. Esto nos permite entender no solo quiénes son, sino cómo piensan, qué necesidades tienen, qué los motiva a interactuar con una marca y por qué toman decisiones de compra. En Maxia no trabajamos con públicos genéricos, sino con perfiles

Maxia Agencia de Marketing digital

construidos a partir de datos reales y comportamientos observables, lo cual nos permite diseñar mensajes y experiencias altamente relevantes y eficaces. Así, cada estrategia responde a los intereses, expectativas y emociones del público, generando relaciones más sólidas y duraderas entre las marcas y sus comunidades.

Además, de acuerdo con Infobae, la publicidad digital ha ganado protagonismo frente a los formatos tradicionales debido a su precisión en la segmentación de audiencias y su amplio alcance. Las marcas necesitan estrategias innovadoras para destacarse en el ecosistema digital, lo que representa una oportunidad clave para agencias especializadas en marketing y comunicación.

En este sentido, Maxia responde directamente a esta necesidad. Nuestro emprendimiento no solo ofrece servicios de marketing digital tradicionales, sino que implementa estrategias comunicativas innovadoras que combinan personalización, automatización de procesos conversacionales y uso de herramientas basadas en inteligencia artificial, para lograr una conexión real y significativa con las audiencias de nuestros clientes. Esta propuesta de valor nos permite alinearnos a los cambios que la transformación digital demanda, consolidando así una oferta competitiva y actualizada.

Maxia Agencia de Marketing digital

Planteamiento del problema

Hoy en día, muchas empresas invierten en marketing digital, Según Portafolio (2024), para el año 2025 las empresas colombianas priorizan aumentar su inversión en pauta para redes sociales (31,6%), generación de contenido orgánico (30,4%) y posicionamiento SEO (26,8%). Pero aun así las empresas cuando invierten sienten que sus esfuerzos no dan los resultados esperados. Pasan horas gestionando campañas, ajustando anuncios y tratando de entender qué funciona y qué no, sin una estrategia de comunicación clara que les permita optimizar su inversión en la publicidad, El portal Aletreo (2023) destaca que, sin una estrategia bien definida, es difícil para las empresas llegar a alcanzar su público objetivo y transmitir mensajes efectivos, sumándole a esto la falta de tiempo, el exceso de tareas como tal ya establecidas en la empresa y la dificultad para interpretar los datos hacen que el proceso sea agotador y poco eficiente.

Además, La sobrecarga de información y la competencia constante hacen que los mensajes se pierdan o no generen el impacto deseado. Sin una segmentación precisa ni una estrategia automatizada, muchas marcas terminan gastando más dinero del necesario sin obtener el retorno esperado, el público no se mantiene de una forma homogénea y sus decisiones de consumo tienden a ser intereses cambiantes, contextos sociales, influencias culturales y plataformas específicas que usan para informarse o comprar. Esto obliga a las marcas a diseñar estrategias altamente segmentadas y adaptadas a cada canal. El problema no es la falta de herramientas, sino la dificultad para integrarlas de manera eficiente en un solo sistema que simplifique el trabajo, mejore la toma de decisiones y permita a las empresas enfocarse en lo que

Maxia Agencia de Marketing digital

realmente importa, hacer crecer su negocio y conectar con sus clientes de forma más humana y efectiva.

Por eso mismo, la falta de una estrategia de comunicación bien definida puede llevar a mensajes inconsistentes, desconexión con el público objetivo y una imagen de marca difusa. Según Aletreo, una agencia especializada en comunicación, en su blog menciona "sin una estrategia bien definida, con un propósito y en base a unos objetivos que se hayan fijado, es difícil alcanzar el éxito en el mundo empresarial". Esta ausencia de dirección estratégica puede resultar en esfuerzos de comunicación dispersos y poco efectivos. En ese sentido, reconocer la importancia de establecer una base sólida en la planificación comunicativa antes de poder incorporar herramientas avanzadas como la inteligencia artificial.

En Maxia, la comunicación y la inteligencia artificial se integran para potenciar los resultados de marketing. Como lo señala *Portafolio* en un artículo reciente llamado ¿En qué red social invierten más los equipos de marketing? (2024), "la inteligencia artificial es una de las tendencias más importantes en materia empresarial actualmente, y según el estudio, el 53,2% de las empresas han aumentado su uso durante los últimos 12 meses, y tienen una opinión 'muy positiva' (55,6%) o 'positiva' (34,8%) de esta innovación tecnológica". Esta tendencia refleja no solo el crecimiento del uso de la IA, sino también su aceptación como un aliado estratégico.

Sin embargo, como afirma ENAE Business School La Transformación Digital en las empresas: qué es, procesos y objetivos (2023), "¿Son las tecnologías las que permiten el surgir de nuevas oportunidades de estrategia de negocios? No. Son las personas las que

Maxia Agencia de Marketing digital

aprovechando las oportunidades que les brindan las tecnologías emergentes descubren la mejor manera de satisfacer las nuevas necesidades de sus usuarios.”. En Maxia compartimos esta visión ya que la IA es una herramienta al servicio de las ideas humanas. La utilizamos para automatizar procesos, optimizar campañas y respaldar decisiones.

De hecho, como lo menciona OCH Group El futuro del marketing: Personalización e hipersegmentación con la ayuda de la IA (2024), “la IA facilita la automatización de campañas personalizadas, la creación de perfiles detallados de los usuarios y la segmentación dinámica, mejorando la efectividad y la fidelización del cliente”. Pero es la comunicación la que aporta coherencia, empatía y conexión con la audiencia. Esta combinación inteligencia artificial más comunicación estratégica permite a las marcas conectar mejor, ahorrar tiempo y lograr mejores resultados.

Maxia Agencia de Marketing digital**Pregunta problema**

¿Cómo puede Maxia desarrollar una estrategia innovadora que le permita destacarse en el mercado y atender eficazmente las necesidades de sus clientes en el entorno digital?

Maxia Agencia de Marketing digital

OBJETIVOS

Objetivo General

Posicionar a Maxia como una agencia de marketing digital innovadora tras el uso de inteligencia artificial y automatización por medio del desarrollado de un modelo de negocio sustentable y escalable que permita la optimización en la gestión de campañas, mejorando la segmentación de audiencias, y la mejora en la eficiencia del negocio con resultados cuantificables y sustentables para el cliente

Objetivos Específicos

1. Definir y consolidar la propuesta de valor de Maxia, resaltando sus diferenciales frente a la competencia
2. Diseñar la estructura organizacional de Maxia, estableciendo roles, funciones y procesos clave para su operación eficiente
3. Identificar y gestionar los aspectos jurídicos necesarios para el funcionamiento legal de la empresa
4. Construir un modelo financiero que garantice la rentabilidad de Maxia, mediante el análisis de costos, presupuestos optimizados y la definición de estrategias de precios competitivas en relación con el retorno de inversión esperado.

Maxia Agencia de Marketing digital

MARCO CONTEXTUAL

En Colombia, la comunicación digital ha transformado significativamente la manera en que las empresas interactúan con sus clientes, permitiéndoles segmentar audiencias, medir resultados en tiempo real y optimizar estrategias según el comportamiento del consumidor. Según Pitre Redondo, Builes Zapata y Hernández Palma (2021), En su artículo "Impacto del marketing digital a las empresas colombianas emergentes", publicado en la *Revista Universidad & Empresa*, los autores analizan cómo el marketing digital se ha convertido en una herramienta esencial para las empresas emergentes colombianas, fortaleciendo su presencia en el mercado y estableciendo conexiones más profundas con su público objetivo. Darlly Hernández (2013) en su tesis titulada "Importancia del marketing digital para las pymes colombianas orientadas a los negocios internacionales", presentada en la Universidad Militar Nueva Granada resalta que el marketing digital ha sido clave para las pymes colombianas que buscan competir en mercados globales, ya que el uso de herramientas como redes sociales, publicidad pagada y marketing de contenidos les permite captar y fidelizar clientes de manera más efectiva.

Sin embargo, es importante aclarar que la comunicación digital no puede ser reducida únicamente al marketing digital o la publicidad online. Como lo señalan Cebrián Herreros (2009) y Scolari (2008), la comunicación digital es un campo más amplio, que comprende no solo la difusión de mensajes, sino también la creación de espacios interactivos, la bidireccionalidad del diálogo y la participación activa de los usuarios. A diferencia de la publicidad, que persigue objetivos claramente comerciales como el incremento en ventas o el posicionamiento de un producto, la comunicación digital busca establecer relaciones sostenibles y significativas con los

Maxia Agencia de Marketing digital

públicos, generando confianza, identidad y sentido de comunidad. Así, mientras la publicidad se enfoca en persuadir, la comunicación se orienta a construir, comprender y conectar.

Además, contar con servicios complementarios como el desarrollo de sitios web o landing page. Así como, la agencia de marketing Si Señor que implementa esos servicios los cuales, representa un valor agregado para los clientes, ya que facilita la integración de herramientas digitales en una sola plataforma. Estas soluciones permiten a las marcas mejorar su presencia en línea, captar clientes potenciales y fidelizar su audiencia de manera más efectiva. Además de que estas plataformas innovadoras son una herramienta que llama la atención del cliente y les da un plus a sus campañas como Paola Restrepo experta en marketing nos menciona en un artículo de la revista Infobae (2024) "los anuncios visuales desempeñan un papel fundamental en la promoción de productos y servicios, permitiendo a las empresas alcanzar a su público objetivo de manera efectiva y crear una presencia sólida en el mundo digital".

Por otro lado, Martha Meléndez (2018) En el artículo "El Marketing digital transforma la gestión de Pymes en Colombia", destaca que el análisis de mercado es esencial para el éxito del marketing digital en Colombia, ya que permite a las empresas adaptarse a las dinámicas cambiantes del entorno digital y mejorar su competitividad.

La publicidad digital y el uso de redes sociales en el país han crecido exponencialmente, consolidándose como los principales canales de promoción para las empresas, lo que demuestra la necesidad de estrategias innovadoras y alineadas con las tendencias que tiene el mercado

Maxia Agencia de Marketing digital

MARCO CONCEPTUAL

Un análisis del entorno permite entender las condiciones políticas, económicas, sociales, tecnológicas, ambientales y legales que pueden representar oportunidades o amenazas para el crecimiento de cualquier organización. Para una agencia como Maxia, que se desenvuelve en el campo del marketing digital, la automatización y la comunicación estratégica, es indispensable interpretar estas variables desde una perspectiva comunicativa más amplia. La comunicación digital, más allá del uso de plataformas y redes sociales, constituye un proceso multidimensional que implica la producción, circulación y recepción de mensajes mediados por tecnologías interactivas. Como lo plantea Cebrián Herreros (2009), este tipo de comunicación se caracteriza por la convergencia de medios, la hipertextualidad, la bidireccionalidad y la participación activa de los usuarios en la construcción del sentido.

Desde esta mirada, la comunicación digital no puede entenderse únicamente como una herramienta instrumental para publicitar o vender, sino como un ecosistema comunicativo que transforma la manera en que las organizaciones se relacionan con sus audiencias, construyen reputación, gestionan crisis, desarrollan narrativas de marca y generan comunidades. La teoría de los ecosistemas comunicativos o la teoría de la mediación (Martín-Barbero, 2003) resultan claves para comprender cómo los públicos no solo reciben contenidos, sino que los reinterpretan, los comparten y dialogan con ellos desde sus propios códigos culturales.

Por eso, en el caso de Maxia, el análisis del entorno no solo se aborda desde una perspectiva de mercado, sino también desde una mirada comunicacional crítica y estratégica. Este enfoque se operacionaliza mediante herramientas como el análisis PESTEL, que permite

Maxia Agencia de Marketing digital

evaluar de forma estructurada los factores del contexto macroeconómico que inciden en la viabilidad del negocio. Sin embargo, en Maxia también consideramos cómo esos factores afectan la manera en que las marcas comunican, interactúan y construyen sentido en entornos digitales cada vez más saturados de información y demandas de autenticidad.

Maxia Agencia de Marketing digital

Tabla 1 Análisis Pestel

	AMENAZA	OPORTUNIDADES
ECONÓMICO		
-Tamaño de su industria o sector crisis mundial influye en el sector	El estudio que realizo Carlos Betancur Gálvez, refleja la competencia que hay entre las agencias de marketing para captar a los clientes.	- Un estudio realizado por Carlos Betancur Gálvez, por medio de encuestas reveló que hay una oportunidad de crecimiento en el mercado de marketing
-Inflación en el sector.	Según Puro Marketing (2023), “la inflación impacta directamente en los costos de producción y distribución de las marcas, lo que a su vez afecta las estrategias de marketing y	La publicación en la cámara colombiana de comercio electrónico menciona que se continúa consolidándose como una de las principales vías de

Maxia Agencia de Marketing digital

	<p>ventas". Este fenómeno obliga a las empresas a replantear sus inversiones y adaptarse a nuevas dinámicas para seguir siendo competitivas.</p>	<p>crecimiento para las empresas. En 2024, las ventas en línea alcanzaron los 105,4 billones de pesos, con un aumento del 26,7 % frente al año anterior, reflejando un cambio significativo en los hábitos de consumo</p>
<p>-Las decisiones de los consumidores de ahorrar influyen en el sector</p>	<p>Las decisiones de los consumidores de ahorrar pueden reducir la inversión en servicios de marketing digital.</p>	<p>La necesidad de estrategias de bajo costo y alto impacto abre oportunidades para agencias especializadas en campañas eficientes. Según Flesip (2024), las pymes con presupuestos limitados pueden lograr alto impacto mediante tácticas como la segmentación, el fortalecimiento de marca y el uso de canales digitales propios.</p>

POLITICO

Maxia Agencia de Marketing digital

<p>-Tratados comerciales con otros países.</p>	<p>Según <i>La Nota Económica</i> (2023), las reformas tributarias en Colombia podrían aumentar los costos operativos hasta en un 20 %, afectando la rentabilidad de pymes y agencias de marketing.</p>	<p>El Ministerio TIC (2023) impulsa la transformación digital con su Estrategia Nacional Digital 2023–2026, promoviendo el uso de tecnologías en empresas colombianas.</p>
<p>-Conflictos, iniciativas, incentivos o Impuestos.</p>	<p>Según Tiendanube (2024), las agencias de marketing digital enfrentan barreras de acceso a financiamiento por la falta de incentivos específicos, pese a programas como iNNpulsa y Fondo Emprender.</p>	<p>Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Los tratados de libre comercio firmados por Colombia han facilitado la expansión internacional de las agencias de marketing digital, al eliminar barreras arancelarias y brindar acceso preferencial a mercados extranjeros.</p>

LEGISLACIÓN

Maxia Agencia de Marketing digital

<p>- Hay reglamentación especial para este sector o actividad.</p>	<p>En Colombia, la Ley 1581 de 2012 establece que las empresas deben obtener el consentimiento explícito de los usuarios antes de recopilar y utilizar sus datos personales para fines de marketing. Esta normativa limita las estrategias publicitarias que dependen de la recolección de datos sin autorización previa.</p>	<p>La Superintendencia de Industria y Comercio ha emitido guías de buenas prácticas para la publicidad a través de influenciadores, orientando a los anunciantes sobre la normatividad vigente en Colombia. Estas medidas buscan garantizar los derechos de los consumidores y fomentar la confianza en los contenidos publicitarios digitales</p>

TECNOLÓGICO

Maxia Agencia de Marketing digital

<p>-Sistemas o programas tecnológicos se utilizan en este medio.</p>	<p>Requieren inversiones constantes en capacitación y actualización.</p>	<p>Mayor disponibilidad de herramientas digitales facilita la optimización de procesos y análisis de datos.</p>
<p>-La aparición de nuevas tecnologías.</p>	<p>Según Almas Agencia (2025), el crecimiento del marketing digital en Colombia ha sido impulsado por la constante aparición de nuevas herramientas, plataformas y tendencias, lo que exige a las agencias mantenerse en evolución permanente para no quedar rezagadas en un entorno altamente competitivo.</p>	<p>De acuerdo con OCH Group (2025), la inteligencia artificial ha revolucionado el marketing al permitir campañas automatizadas, segmentación hiperprecisa y experiencias personalizadas que mejoran la efectividad de la comunicación entre marcas y usuarios.</p>
<p>-Plataformas virtuales para el conocimiento de este sector.</p>	<p>Según <i>Semana</i> (2023), muchas pymes en Colombia están perdiendo eficiencia y rentabilidad por no implementar herramientas tecnológicas, debido, en parte, a las barreras</p>	<p>De acuerdo con Impacto TIC, el marketing digital en Colombia ha experimentado un crecimiento significativo, impulsado por la expansión de la infraestructura de Internet y la adopción de tecnologías digitales, lo que</p>

Maxia Agencia de Marketing digital

	económicas que impiden acceder a software y soluciones digitales avanzadas.	ha incrementado la demanda de servicios especializados en este campo
--	---	--

SOCIO CULTURAL

-Cambios en los gustos o en las modas que repercutan en el nivel de consumo.	Según un análisis de América Retail (2024), los consumidores colombianos están ajustando sus hábitos de compra, favoreciendo marcas locales y privadas. Este cambio en las preferencias está impulsando a las empresas a adaptar sus estrategias de marketing, dejando obsoletas algunas prácticas tradicionales	Según en un artículo de la agencia digital Simbolo Interactivo (2024), a principios de 2024, Colombia alcanzó 39,51 millones de usuarios de internet, con una penetración del 75,7% de la población. Este aumento en la conectividad amplía significativamente el mercado potencial para las agencias de marketing digital.
-Creencias que hay entorno al sector.	Según un estudio publicado en la revista <i>EPISTEME</i> , en donde se realizaron encuestas menciona que el 90,58% de los encuestados	Según un informe de <i>Impacto TIC</i> , la personalización basada en datos está ganando importancia en las estrategias de

Maxia Agencia de Marketing digital

	<p>considera que existe una intención deliberada de engañar a los consumidores cuando se hace publicidad que no obedece a la realidad en cuanto a las características de los bienes o servicios ofrecidos.(Página 5)</p>	<p>marketing digital en Colombia, permitiendo a las empresas adaptar las experiencias de los usuarios y ofrecer contenido y ofertas relevantes.</p>
<p>-Revise el código CIU. Identifique por lo menos (2) actividades a la cual pertenece su idea de negocio</p> <p>https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Todo-sobre-el-Codigo-CIU</p>	<p>Código: 7310</p> <p>Actividades de publicidad. Incluye la creación de campañas publicitarias, consultoría en estrategias de comunicación y promoción, colocación de anuncios en medios digitales, desarrollo de contenido, así como servicios asociados al marketing digital y automatización publicitaria.</p>	

Maxia Agencia de Marketing digital

	<p>Código: 7020</p> <p>Actividades de consultoría de gestión: Esta categoría incluye la prestación de servicios de asesoría, orientación y asistencia operativa a empresas en temas como estrategia empresarial, planificación organizacional, procesos de marketing, estructura operativa, y gestión del cambio.</p>
--	---

Maxia Agencia de Marketing digital

Comprensión del mercado

Cliente Ideal para Maxia:

Nuestro cliente ideal al cual queremos apuntar es en el área de salud especialmente los odontólogos o clínicas odontológicas con interés en atraer más pacientes mediante las estrategias de marketing digital. Profesionales que buscan automatizar procesos de atracción de pacientes sin dedicar tiempo a la gestión de redes y campañas. Consultorios que desean diferenciarse en un mercado competitivo, posicionando su marca con publicidad digital y optimización SEO y Odontólogos que quieran apuntarle al crecimiento y dispuestos a invertir en soluciones digitales para su negocio.

1. Segmentación Demográfica

Edad: 28 - 50 años

Ocupación: Odontólogos generales y especializados en el área

Ubicación: Ciudades principales de Colombia con alta demanda en servicios odontológicos (Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga)

Nivel educativo: Profesionales con título universitario en odontología o algunos con una especialización

Tiempo de experiencia:

Maxia Agencia de Marketing digital

- Odontólogos recién egresados que buscan posicionarse en el mercado con 2 a 5 años de experiencia
- Profesionales con consultorios propios en etapa de crecimiento con 5 a 15 años de experiencia
- Odontólogos consolidados con clínicas bien establecidas con más de 15 años de experiencia

2. Segmentación Socioeconómica

Ingresos mensuales: Entre \$5.000.000 - \$20.000.000 COP, dependiendo del nivel de experiencia y ubicación de la clínica

Manejan o están a cargo de:

- Consultorios odontológicos individuales o compartidos
- Clínicas odontológicas privadas
- Servicios especializados en diseño de sonrisa u ortodoncia
- Servicios de odontología estética

Edad promedio del emprendimiento: profesionales con Consultorios

- Consultorios nuevos en proceso de crecimiento de 1 a 5 años
- Clínicas con más trayectoria que buscan consolidar su marca en el mercado de 5 a 10 años
- Clínicas reconocidas que desean expandir su presencia digital de 10 años

3. Segmentación Psicográfica

Maxia Agencia de Marketing digital

Intereses y necesidades:

- Profesionales comprometidos con la innovación y la actualización en su campo
- Buscan atraer más pacientes y fidelizar los actuales mediante estrategias digitales
- Ganancia en su tiempo delegando las funciones de marketing
- Interesados en diferenciar su negocio en un mercado competitivo
- Desean mejorar su reputación digital y presencia en redes sociales
- Negocios que utilizan la tercerización en servicios de marketing

Motivaciones:

- Aumentar la visibilidad y reconocimiento de su clínica o consultorio
- Captar más pacientes a través de estrategias digitales efectivas
- Ofrecer una experiencia más moderna y profesional a sus pacientes
- Utilizar tecnología y automatización para optimizar la gestión y atención

Maxia Agencia de Marketing digital

- **Tabla 2**

Análisis de la competencia.

Factores	Aspecto Selecciona do	Si señor	Paxzu	Juan ADS	Impacto (Marque con una "X")	
					Oportunidad	Amenaza
Producto/ Servicio	Característic as	Agenci a de Growth Marketing basada en la metodología Lean Startup.	Agencia de marketing digital integral especializada en estrategias de crecimiento y resultados efectivos.	Trafficker y estratega digital, CEO de ADSCHOOL, Digital Growth y Green Point, especializado en pauta digital y estrategias de crecimiento.	X	

Maxia Agencia de Marketing digital

	Portafolio	Servicios de automatización, contenidos digitales, ingeniería web, pauta digital, consultoría y mentorías.	Servicios de SEM, analítica web, diseño web, inbound marketing.	Servicios de campañas publicitarias ilimitadas, análisis, investigación, creación de landing pages y sitios web, mentorías y formaciones.		x
	Categorías específicas	La agencia tiene privatizaciones en categorías			x	

Maxia Agencia de Marketing digital

Precio		como por ejemplo consultorios odontologicos			
	Formas de pago	Los servicios están alrededor de los 20 millones, y tiene que a ver una inversión minima para poder tener los servicios con ellos	El servicio de pagina web esta alrededor de los 12 millones de pesos y en cuanto a los otros servicios que manejan esta entre los 8 millones de pesos		x

Maxia Agencia de Marketing digital

	Tiempos de pago	Cada vez que se pauta	Los pagos se hacen mensuales		x	
Distribución	Ubicación	Oficinas en Bogotá	Oficinas en Colombia, México, Chile, Perú, Ecuador, Estados Unidos y España.	Oficinas en Medellín, Colombia.		x
	Cobertura	Servicios a nivel nacional e internacional.	Servicios a nivel nacional e internacional.	Servicios a nivel nacional e internacional.	x	
	Fuerza de ventas	Equipo experto en	Gran equipo multidisciplinario en	Equipo centralizado en educación y optimización de campañas		x

Maxia Agencia de Marketing digital

xComunicación		Growth Marketing	todas las áreas del marketing digital.		
	Publicidad	Equipo experto en Growth Marketing y metodologías científicas.	Estrategias de publicidad digital en Google Ads y Facebook Ads.	Estrategias de publicidad digital en diversas plataformas y fuerte presencia en redes sociales.	x
	Estrategias web	Desarrollo de contenidos educativos y recursos descargables.	Diseño y desarrollo de páginas web optimizadas para la conversión.	Creación de landing pages y sitios web optimizados para campañas publicitarias.	x

Maxia Agencia de Marketing digital

	Eventos	Ofrece n bootcamps y cursos especializado s en marketing digital.	Participación eventos conferencias sector.	en y del	Ofrece mentorías, formaciones y conferencias en marketing digital a sus seguidores		x
--	---------	--	---	----------------	--	--	---

Maxia Agencia de Marketing digital

Estrategia de mercadeo

Maxia: Su nombre deriva de máxima y IA

Logo:



Figura 1

Portafolio de Productos y Servicios

Maxia se especializa en automatización de marketing digital, con un enfoque en nichos estratégicos:

Automatización y AI Marketing

Estrategias de remarketing con IA.

Publicidad Digital y Performance Marketing

Campañas en Meta Ads, Google Ads, LinkedIn Ads.

Optimización de embudos de conversión.

Estrategias de remarketing y personalización.

Branding y Estrategia Digital

Desarrollo de identidad de marca.

Desarrollo de contenido de alto impacto.

Maxia Agencia de Marketing digital

Diseño y Desarrollo de Webflow Interactivo

Integraciones con chatbots y plataformas de automatización.

Estrategias para Ecommerce y Nichos Específicos

Funnel de ventas para HealthTech, FinTech, EdTech y ecommerce.

Optimización de tiendas y marketplaces.

Diagnostico comunicativo

Estrategia de Producto o Servicio

Cada servicio está diseñado para generar conversiones y optimizar costos.

Maxia se distingue al integrar IA y automatización en marketing.

Desde paquetes de servicios hasta soluciones personalizadas según el nivel de madurez digital del cliente.

Estrategia de Distribución

Venta directa y consultiva a través de WhatsApp y LinkedIn.

Estrategia inbound con contenidos en redes sociales, blog y casos de éxito.

Alianzas estratégicas con startups de HealthTech, FinTech y EdTech.

Estrategia de Precio

Maxia Agencia de Marketing digital

Maxia maneja precios diferenciados según el nivel de automatización requerido:

Modelos de suscripción para automatización y gestión de campañas.

Planes escalables con paquetes ajustados a cada cliente.

Precios personalizados según el nivel de servicio desde consultoría hasta gestión total

Estrategias comunicativas en las redes sociales impulsando la marca

LinkedIn y WhatsApp como canales principales, generación de leads a través de networking y campañas de remarketing

Marketing de contenidos enfocado en automatización, AI marketing y casos de éxito.

Publicidad digital en Meta y Google Ads con embudos optimizados.

Automatización de captación de leads con ManyChat, WhatsApp y CRM.

Ventaja Competitiva: Estrategia Competitiva de Maxia

Maxia se diferencia al ofrecer:

1. Automatización e inteligencia artificial: Optimización de campañas con IA para mejorar la conversión.
2. Estrategias personalizadas y escalables: Adaptadas al nivel de digitalización del cliente.
3. Integración con WhatsApp y Webflow para una experiencia digital fluida.
4. Optimización de costos **y resultados**: Reducción de costos publicitarios gracias a la automatización.

Maxia Agencia de Marketing digital

Estrategia de operación

A continuación, se describirán los portafolios del portafolios o servicios

Primer servicio a describir: Diagnóstico Comunicativo Estratégico

Tipo de producto / servicio:

Servicio de consultoría – Auditoría y análisis de comunicación interna y externa.

Material:

Herramientas de análisis como entrevistas, encuestas, benchmark digital, análisis de tono de marca, redes sociales, contenido, identidad gráfica y mensajes clave.

Características relevantes

1. Evaluación del tono y coherencia de la marca en todos sus canales.
2. Análisis de fortalezas, debilidades y oportunidades comunicativas.
3. Informe detallado con insights estratégicos y propuesta de mejora.
4. Recomendaciones de estilo, canales y lenguaje según el público objetivo.

Instrucciones de uso:

1. El cliente agenda una sesión de levantamiento de información con el equipo de Maxia.
2. Se realiza la auditoría en 360° (canales, tono, estética, mensajes, públicos).
3. En un plazo de 5 a 10 días, se entrega el informe estratégico.

Maxia Agencia de Marketing digital

4. Se presenta en reunión con conclusiones y ruta de acción recomendada.

Precauciones:

1. El cliente debe facilitar el acceso a información clave y activos de comunicación en la empresa.
2. La efectividad del diagnóstico depende del nivel de apertura y participación del equipo interno.
3. Los hallazgos deben tomarse como insumo estratégico, no como juicio definitivo.

Recomendaciones de mantenimiento:

1. Realizar un nuevo diagnóstico cada 3 meses, especialmente si hay cambios en producto, público o estrategia.
2. Aplicar las recomendaciones progresivamente para asegurar coherencia en la implementación.

Observaciones:

Este servicio es ideal para startups, marcas en proceso de crecimiento, empresas que están reestructurando su identidad o que enfrentan retos de comunicación interna o externa.

Maxia Agencia de Marketing digital

Segundo servicio a describir: Campañas de Remarketing

Tipo de producto / servicio:

Servicio digital – Publicidad automatizada basada en comportamiento del usuario.

Material:

Plataformas y herramientas utilizadas:

- Meta Ads (Facebook + Instagram)
- Google Ads (Display + YouTube)
- Pixel de Meta y etiquetas de seguimiento de Google
- Segmentación personalizada y automatizada con IA

Características relevantes:

1. Reimpacto a usuarios que visitaron la web, interactuaron con anuncios o dejaron formularios incompletos.
2. Configuración de audiencias personalizadas (por comportamiento, tiempo, intereses).
3. Optimización automática basada en resultados (clics, conversiones, visitas).
4. Creatividades adaptadas a cada etapa del embudo de ventas (interés, consideración, decisión).

Instrucciones de uso:

1. Maxia instala el pixel o código de seguimiento en la web del cliente.
2. Se crean audiencias segmentadas según comportamiento del usuario (quién entró, cuánto tiempo estuvo, qué páginas vio, etc.).

Maxia Agencia de Marketing digital

3. Se desarrollan anuncios personalizados según la etapa del cliente en el embudo.
4. Se lanza la campaña y se hace seguimiento semanal para optimización.

Precauciones:

- El sitio web debe tener buena velocidad y funcionalidad para que el pixel recoja datos correctamente.
- Evitar saturar al usuario con demasiadas repeticiones del mismo anuncio.
- Se deben cumplir las políticas de privacidad (cookies y consentimiento de datos).

Recomendaciones de mantenimiento:

- Revisar las campañas semanalmente para optimización de audiencias y anuncios.
- Actualizar creatividades cada 30 días para evitar fatiga publicitaria.
- Analizar los embudos completos para detectar en qué etapa los leads se están perdiendo.

Observaciones:

Este servicio es ideal para ecommerce, academias online y startups que reciben visitas pero no logran convertirlas. El remarketing permite recuperar hasta un 70% de oportunidades perdidas con bajo costo por clic (CPC) y alta tasa de conversión.

Maxia Agencia de Marketing digital

Tercer servicio a describir: Automatización de Leads con WhatsApp + ManyChat

Tipo de producto / servicio:

Servicio digital – Automatización de atención al cliente y captación de prospectos.

Material:

- Plataforma de automatización: **ManyChat**
- Canal principal: **WhatsApp Business API**
- Complementos: CRM (opcional), formularios Webflow o enlaces personalizados.
- Flujos conversacionales desarrollados por Maxia.

Características relevantes:

1. Captura de leads automatizada desde WhatsApp.
2. Clasificación de usuarios según sus respuestas (segmentación).
3. Respuestas rápidas y personalizadas 24/7 sin intervención humana.
4. Integración con herramientas externas como formularios, CRM o páginas de cotización.

Instrucciones de uso:

1. Se configura el bot con preguntas clave y lógica de decisión.
2. El usuario inicia la conversación por WhatsApp (click desde anuncio, QR o botón web).
3. El bot guía al usuario, recopila datos y ofrece respuestas automáticas.
4. Si es necesario, se deriva al equipo humano con contexto completo.

Maxia Agencia de Marketing digital

Precauciones:

- El cliente debe tener un número de WhatsApp activo y disponible para conexión.
- Se recomienda usar WhatsApp Business API (no número común).
- Evitar usar demasiados mensajes seguidos para no saturar al usuario.

Recomendaciones de mantenimiento:

- Revisar y actualizar los flujos cada 1-2 meses según el comportamiento de los usuarios.
- Añadir nuevas preguntas/respuestas según dudas frecuentes.
- Evaluar analítica de clics y tasa de finalización del flujo en ManyChat.

Observaciones:

Este servicio permite ahorrar tiempo, responder más rápido y convertir más visitantes en clientes, especialmente útil para sectores como salud, educación, ecommerce y servicios financieros.

Maxia Agencia de Marketing digital

Portafolio estrategia comunicativa

En Maxia, entendemos la comunicación como un eje estratégico que potencia la relación entre las marcas y sus audiencias. Nuestro portafolio de servicios en comunicación no solo se enfoca en hacer una presencia digital, sino en construir mensajes con sentido, diseñar experiencias coherentes y mejorar los resultados a través de estrategias estructuradas y accionables.

- **Diagnóstico Comunicativo**

¿Qué es?

Una evaluación profunda del estado actual de la comunicación de la empresa, tanto interna como externa.

¿Qué incluye?

- Revisión de canales de comunicación.
- Análisis de tono, coherencia y claridad del mensaje.
- Identificación de debilidades comunicativas.
- Recomendaciones iniciales para optimización.

Beneficio principal:

Conocer el punto de partida real para construir una estrategia más efectiva.

Maxia Agencia de Marketing digital

- **Diseño de Estrategia Digital y Comunicación por Etapas**

¿Qué es?

Una hoja de ruta personalizada que organiza las acciones de comunicación y marketing por fases: atracción, consideración, conversión y fidelización.

¿Qué incluye?

- Mapa de públicos y objetivos por etapa.
- Canales recomendados para cada fase.
- Contenidos tipo y tono de voz por segmento.
- Integración con campañas publicitarias y CRM.

Beneficio principal:

Ordena y potencia tus esfuerzos comunicativos y mejora la conversión.

- **Automatización Comunicativa**

¿Qué es?

Implementación de flujos automatizados para mejorar el tiempo de respuesta, la captación y la calificación de leads.

¿Qué incluye?

- Automatización en WhatsApp, ManyChat o email.

Maxia Agencia de Marketing digital

- Secuencias de mensajes personalizadas.
- Respuestas automáticas según el interés del usuario.
- Integración con CRM o formularios inteligentes.

Beneficio principal:

Mejor atención al usuario, menos carga operativa y más resultados con menos esfuerzo.

- **Contenido Estratégico y Storytelling**

¿Qué es?

Creación de mensajes y contenidos alineados con los objetivos de la marca y su identidad.

¿Qué incluye?

- Redacción persuasiva para redes sociales, web, campañas.
- Diseño de narrativas visuales y conceptuales.
- Piezas gráficas con sentido estratégico.
- Storytelling para conectar con el público objetivo.

Beneficio principal:

Transmitir mensajes con claridad, coherencia y emoción para generar conexión real.

Maxia Agencia de Marketing digital

- **Acompañamiento y Formación Digital**

¿Qué es?

Un servicio enfocado en empoderar a los equipos internos de las marcas en el uso de herramientas, lectura de métricas y toma de decisiones comunicativas.

¿Qué incluye?

- Sesiones de capacitación en marketing digital, IA aplicada y automatización.
- Acompañamiento mensual estratégico.
- Plantillas, recursos visuales y buenas prácticas.

Beneficio principal:

No dependes al 100% de una agencia externa. Te formamos para que puedas crecer con criterio y autonomía.

Nuestro enfoque diferencial

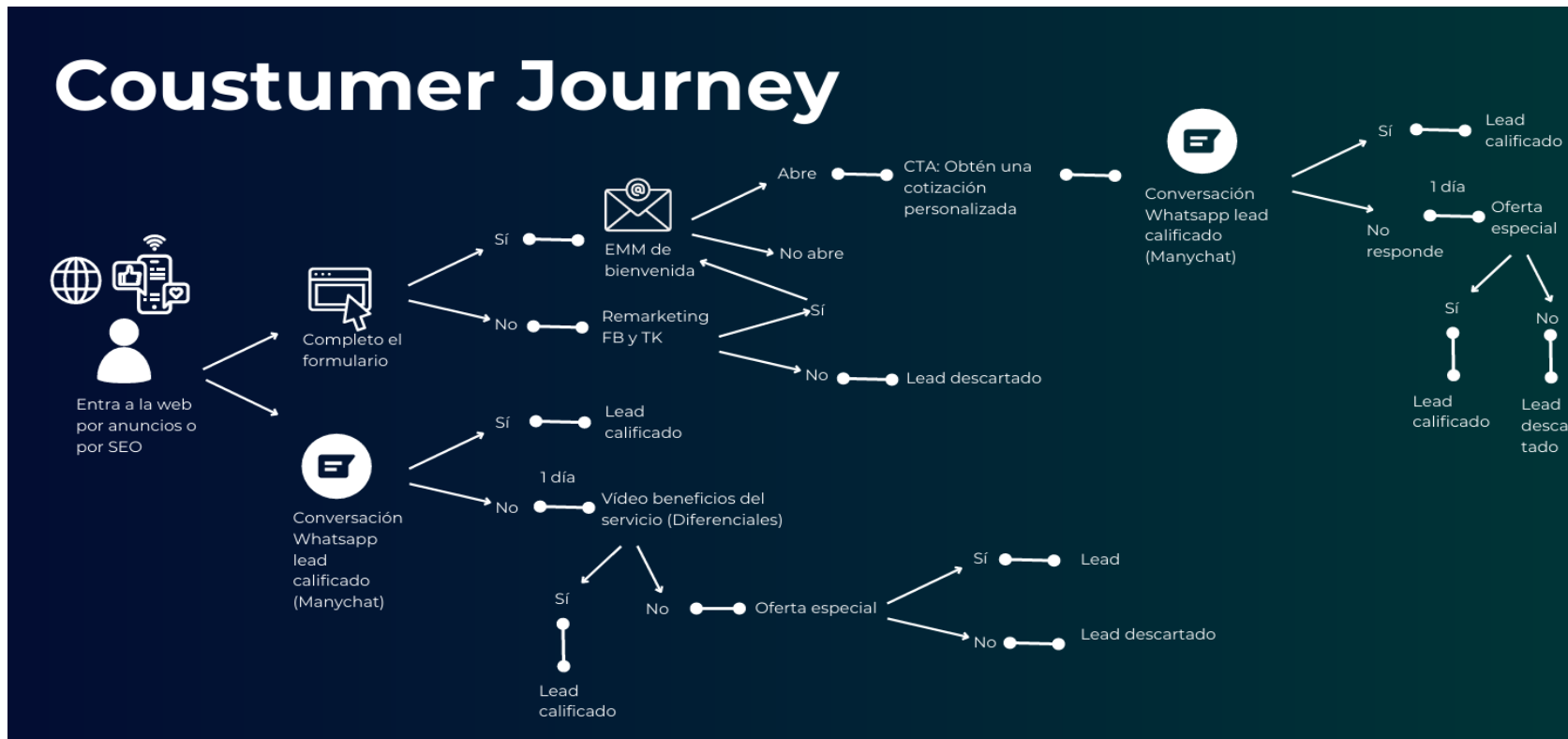
- Cada servicio está pensado desde la personalización.
- Usamos herramientas **de** automatización e inteligencia artificial como apoyo, no como reemplazo de lo humano.
- La estrategia comunicativa se adapta al nivel de digitalización de cada cliente.
- No entregamos solo tareas o piezas: entregamos sentido, estructura y resultados.

Maxia Agencia de Marketing digital

Figura 2

Diagrama de flujo de producción o del servicio

La imagen a continuación muestra la estructura integral del servicio de automatización desarrollado para un cliente.



Maxia Agencia de Marketing digital

Es importante aclarar que, en la gráfica, cuando se menciona un lead calificado, se hace referencia a un cliente que ha mostrado interés y ha aceptado continuar el proceso con nuestra empresa. Por el contrario, un lead no calificado corresponde a una persona que, tras los intentos de contacto o seguimiento, se descarta como prospecto, ya que no manifiesta intención de avanzar ni convertirse en cliente

Maxia Agencia de Marketing digital

Capacidad productiva de la empresa:

Actualmente, Maxia cuenta con 3 personas trabajando activamente, cada una con disponibilidad de 5 horas diarias, lo que representa un total de 300 horas de trabajo al mes.

Basado en los tiempos de ejecución de cada servicio, la capacidad productiva mensual estimada es:

- 8 estrategias de comunicación personalizadas
- 20 procesos de automatización de leads
- 10 embudos de venta diseñados
- 20 campañas de publicidad activa (Meta Ads / Google Ads)
- 25 asesorías o talleres de educación en marketing digital

Maxia Agencia de Marketing digital

Recursos necesarios para operación óptima

Recursos físicos:

- Espacio de trabajo tipo coworking o home office con condiciones adecuadas.
- Mobiliario básico: escritorios, sillas ergonómicas, iluminación adecuada.

Recursos tecnológicos:

- Computadores de alto rendimiento para diseño, gestión de campañas y automatización.
- Acceso a plataformas de trabajo colaborativo Google Workspace, Trello, Slack.
- Herramientas de automatización de marketing ManyChat, WhatsApp Business API, Zapier.
- Software de diseño y edición Canva Pro, Photoshop, Figma, Adobe.
- Herramientas de publicidad digital Meta Business Suite, Google Ads.
- Herramientas de IA para apoyo creativo ChatGPT, DALL-E, Pictory AI.

Recursos humanos:

- 1 Estratega digital
- 1 Asistente de marketing digital
- 1 Diseñador gráfico por proyecto.
- 1 Especialista en automatización o CRM

Recursos de infraestructura:

- Página web propia -

Maxia Agencia de Marketing digital

- Dominio y hosting web profesional.
- CRM sencillo para gestión de clientes HubSpot gratuito, o Zoho CRM inicial

Maxia Agencia de Marketing digital

Tabla 3

Estrategia Organización

A continuación, se presenta la estructura organizacional de Maxia, donde se visualizan los procesos estratégicos y operativos de la agencia, junto con los responsables asignados a cada uno.

Estratégico	
Proceso	Responsable Principal
Atención a clientes	CEO
Formación interna	CEO
Creación de contenido	Content Manager
Operativo	
Seguimiento y reportes	Coordinador
Automatización de Leads	Coordinador
Seguimientos y reports	Coordinador

Maxia Agencia de Marketing digital

Perfiles de cargos

A continuación, se describirán los 3 perfiles que se tiene actualmente en Maxia

Cargo número uno:

CEO de Maxia

Descripción del cargo:

Lidera la dirección estratégica de la empresa, define los planes de acción, gestiona las relaciones con los clientes principales y asegura la calidad en la entrega de los servicios.

Nivel del cargo:

Directivo

Funciones:

1. Definir la estrategia comercial y comunicativa de Maxia.
2. Coordinar la planeación estratégica de servicios y proyectos.
3. Supervisar la atención al cliente y la satisfacción de resultados.
4. Representar a la empresa en negociaciones y alianzas.

Experiencia requerida:

Mínimo 1 año en estrategia de marketing, comunicación o gestión de proyectos.

Formación requerida:

Profesional en Comunicación Social, Publicidad, Mercadeo o áreas afines.

Tipo de contrato:

Término indefinido

Maxia Agencia de Marketing digital

Indicadores de gestión del cargo:

- Número de clientes captados.
- Nivel de satisfacción del cliente (%).
- Proyectos entregados a tiempo (% cumplimiento).

Cargo número dos:

Coordinador de Maxia

Descripción del cargo:

Gestiona la operación diaria, lidera la ejecución de campañas publicitarias y procesos de automatización de clientes, garantizando el cumplimiento de los proyectos.

Nivel del cargo:

Coordinador operativo

Funciones:

1. Ejecutar campañas publicitarias en Meta Ads y Google Ads.
2. Configurar y optimizar los flujos de automatización (CRM, WhatsApp, ManyChat).
3. Monitorear resultados y generar reportes de desempeño.
4. Apoyar en la planeación y seguimiento de estrategias de marketing.

Experiencia requerida:

Mínimo 1 año en marketing digital, automatización o campañas de publicidad online.

Formación requerida:

Técnico, tecnólogo o profesional en Marketing Digital, Publicidad, Comunicación o afines.

Maxia Agencia de Marketing digital

Tipo de contrato:

Prestación de servicios.

Indicadores de gestión del cargo:

- Resultados de campañas (% CTR, CPA, CPL).
- Número de automatizaciones exitosas.
- Informes entregados a tiempo.

Cargo número tres:

Content de Maxia

Descripción del cargo:

Crea, gestiona y adapta los contenidos estratégicos para la ejecución de campañas, automatizaciones y acciones de comunicación, alineados a la identidad de la marca.

Nivel del cargo:

Asistente de contenidos / Comunicador creativo

Funciones:

1. Redactar guiones, copys, textos publicitarios y mensajes automatizados.
2. Crear piezas gráficas básicas (en Canva o herramientas similares).
3. Apoyar en la comunicación con clientes y actualización de contenidos en campañas.
4. Participar en procesos de formación y actualización interna.

Experiencia requerida:

Mínimo 6 meses en creación de contenidos digitales o marketing de contenidos.

Maxia Agencia de Marketing digital**Formación requerida:**

Técnico, tecnólogo o estudiante en Comunicación Social, Publicidad, Mercadeo o áreas afines.

Tipo de contrato:

Prestación de servicios.

Indicadores de gestión del cargo:

- Número de piezas de contenido entregadas.
- Calidad del contenido según feedback de clientes.
- Cumplimiento de tiempos de entrega de los contenidos

Maxia Agencia de Marketing digital

Aspectos Legales

Aspectos comerciales

- Definir la naturaleza jurídica - persona natural
- Realizar la matrícula mercantil.
- Registrar el nombre comercial del emprendimiento.
- Registrar la marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), para proteger la identidad visual y denominación del negocio.

Aspectos tributarios nacionales y locales

Para cumplir con la normativa tributaria vigente, se deben llevar a cabo los siguientes trámites:

- Inscripción en el RUT (Registro Único Tributario) ante la DIAN.
- Habilitación de la facturación electrónica para ventas y servicios.
- Declaración y pago de impuestos nacionales (como IVA, retención en la fuente) y territoriales (industria y comercio, avisos y tableros, entre otros).

Tramites de seguridad social

Contratación laboral y parafiscales

En caso de vincular personal bajo contrato laboral, se debe afiliar a los colaboradores al sistema de seguridad social (salud, pensión y riesgos laborales), así como realizar aportes parafiscales a SENA, ICBF y caja de compensación.

Maxia Agencia de Marketing digital

Aspectos financieros

Precios de venta de los productos o servicios

Maxia ofrece paquetes de servicios digitales con precios definidos según el nivel de automatización y complejidad del servicio. Los precios mensuales proyectados incluyen:

- Paquete básico de redes sociales + pauta: \$439.000
- Paquete medio: \$590.000
- Paquete Pro: \$789.000
- Automatización Básico: \$1.200.000
- Automatización Pro: \$2.000.000

Costo de producción de cada uno de los productos o servicios

El costo operativo mensual está compuesto por dotación, mantenimiento de equipos y gastos indirectos, proyectados en \$490.000 promedio mensual, lo cual representa un costo razonable frente al ticket promedio mensual de ingresos (\$5.018.000).

Plan de inversión

La inversión inicial total es de \$289.900 e incluye:

- Equipos tecnológicos (computadores y cámaras): \$120.000.000
- Licencias y herramientas digitales: \$169.900

• Proyección de venta anual a 5 años

Los ingresos totales acumulados en cinco años proyectados ascienden a \$367.624.702

distribuidos de la siguiente manera:

- Año 1: \$60.216.000
- Año 2: \$66.237.600
- Año 3: \$72.861.360
- Año 4: \$80.147.496
- Año 5: \$88.162.246

Indicadores financieros

- **Valor Presente Neto (VPN):** -\$183.213.729

Maxia Agencia de Marketing digital

- **Tasa Interna de Retorno (TIR):** No positiva en los cinco primeros años
- **Relación beneficio/costo:** 0,51
- **Tiempo de recuperación de la inversión:** Aproximadamente 0,2 años (proporcional a flujo inicial y aportes).

Maxia Agencia de Marketing digital

Conclusiones

Maxia es una agencia de marketing digital fundada por tres profesionales en Comunicación Social y Marketing Digital, cuya propuesta de valor se basa en integrar herramientas de automatización, inteligencia artificial y comunicación estratégica para brindar soluciones efectivas y personalizadas a pequeñas y medianas empresas. El modelo de negocio está diseñado para atender las necesidades de compañías que desean mejorar su presencia digital, optimizar sus procesos de captación de clientes y fortalecer la relación con sus audiencias en entornos digitales cada vez más competitivos.

El enfoque diferencial de Maxia se encuentra en su capacidad para ofrecer estrategias ajustadas al nivel de madurez digital de cada cliente. Maxia realiza un diagnóstico comunicativo previo, identifica los puntos críticos del embudo de conversión y construye un plan de acción alineado con los objetivos reales de cada organización. Esta metodología permite atender tanto a empresas que están iniciando su digitalización, como a aquellas que buscan escalar sus procesos mediante automatización y análisis de datos.

El modelo de negocio combina servicios de consultoría estratégica, diseño de campañas de publicidad digital, desarrollo de embudos de ventas, automatización de procesos conversacionales con herramientas como WhatsApp Business, ManyChat y CRM, y la integración de inteligencia artificial como apoyo a la toma de decisiones. Además, Maxia apuesta por un enfoque educativo que incluye formación continua para clientes y acompañamiento en la implementación de herramientas digitales.

Maxia Agencia de Marketing digital

Desde el punto de vista operativo, la agencia cuenta con una estructura ágil y colaborativa. Su equipo está compuesto por un CEO, un coordinador estratégico y una responsable de contenido digital, quienes asumen roles multifuncionales para asegurar la entrega oportuna y eficiente de cada proyecto. La capacidad instalada del equipo permite atender varios proyectos en paralelo, sin comprometer la calidad del servicio ni los resultados esperados.

El análisis del entorno muestra que el sector del marketing digital en Colombia está en crecimiento, impulsado por la adopción acelerada de tecnologías digitales y la necesidad de las empresas de mantenerse competitivas. En este contexto, Maxia encuentra oportunidades especialmente en sectores como el de la salud, con foco en clínicas odontológicas, donde ha logrado posicionarse como un aliado estratégico para la creación de contenido, campañas de atracción de pacientes y automatización de respuestas.

En conclusión, el modelo de negocio de Maxia no solo es viable, sino que también tiene potencial de crecimiento y diferenciación en un mercado saturado de ofertas genéricas. Su enfoque estratégico, su uso responsable de tecnologías emergentes y su apuesta por una comunicación digital más humana, convierten a Maxia en una propuesta relevante y alineada con las necesidades reales del mercado actual.

Recomendaciones

Es importante dejar claro que el saber de la comunicación es una cualidad primordial en Maxia. Porque no basta con automatizar ni pautar en un entorno digital saturado de estímulos, la comunicación estratégica es la que permite construir sentido, conectar con las personas,

Maxia Agencia de Marketing digital

interpretar sus contextos y proyectar marcas humanas, coherentes y auténticas. Este diferencial le da a Maxia una ventaja clave frente a otras agencias que se enfocan exclusivamente en lo técnico. Gracias a la formación en comunicación social y periodismo de su equipo fundador, Maxia comprende que cada mensaje es una oportunidad para generar valor, confianza y vínculos duraderos con sus públicos.

Además, para consolidar el crecimiento y sostenibilidad de Maxia, se recomienda establecer alianzas estratégicas con startups tecnológicas y profesionales del sector salud, lo que permitirá fortalecer su posicionamiento en nichos poco atendidos y con alto potencial de crecimiento. Este tipo de colaboraciones no solo amplía el alcance de la marca, sino que también enriquece su propuesta de valor con nuevas experiencias, datos y casos de uso reales.

Desde el punto de vista operativo, es fundamental formalizar todos los aspectos legales del emprendimiento, incluyendo la protección del nombre y logotipo ante la Superintendencia de Industria y Comercio, así como la implementación de facturación electrónica, lo cual aporta confianza y respaldo ante nuevos clientes. Igualmente, se recomienda invertir en la creación de contenido educativo en redes sociales y blogs, que no solo atraiga leads de forma orgánica, sino que fortalezca la autoridad digital de la marca en su ecosistema.

A medida que crezca la demanda de servicios, Maxia deberá ampliar progresivamente su equipo de trabajo, priorizando perfiles especializados en automatización, diseño, analítica digital y producción de contenidos estratégicos. Esta ampliación debe realizarse con una visión clara de sostenibilidad, escalabilidad y retención de talento, que garantice calidad y diferenciación en cada proyecto.

Maxia Agencia de Marketing digital

Por eso, finalmente, se recomienda que la agencia mantenga su compromiso con el aprendizaje continuo, tanto en tendencias de inteligencia artificial como en teorías y prácticas comunicativas, asegurando que sus servicios no solo respondan a las exigencias del mercado, sino que también contribuyan a una comunicación más consciente, ética y efectiva en el entorno digital colombiano.

Maxia Agencia de Marketing digital

Bibliografía

- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2024) *Mercadeo y publicidad digital siguen creciendo en el país*. <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/Noticias/396198:Mercadeo-y-publicidad-digital-siguen-creciendo-en-el-pais>
- Infobae, (2024). *Publicidad digital lidera el sector de marketing y publicidad en Colombia*. <https://www.infobae.com/colombia/2024/03/21/publicidad-digital-lidera-el-sector-de-marketing-y-publicidad-en-colombia/>
- Meléndez, M. P. (2018). El marketing digital transforma la gestión de pymes en Colombia. *Revista universidad el Bosque* <https://revistas.unbosque.edu.co/index.php/cuaderlam/article/view/2652/2154>
- Hernández Camacho, D. Y. (2013). *Importancia del marketing digital para las pymes colombianas orientadas a los negocios internacionales*. Tesis de maestría, Universidad Militar Nueva Granada <https://repository.umng.edu.co/bitstreams/6f9b5835-56aa-462b-afe0-af6107b3533a/download>
- Pitre Redondo, R. C., Builes Zapata, S. E., & Hernández Palma, H. G. (2021). Impacto del marketing digital a las empresas colombianas emergentes. *Revista Universidad &*

Maxia Agencia de Marketing digital

Empresa, 23(40), 1-20

<https://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/9114/9446>

- Betancur Gálvez, C. (2024). *Mercado de agencias de marketing digital en Colombia: encuesta y perspectivas 2025*. BTO Digital. Recuperado de <https://btodigital.com/mercado-de-agencias-de-marketing-digital-en-colombia-encuesta-y-perspectivas-2025/>
- Sí Señor Agencia. (2025). *Sí Señor Agencia: Agencia de Growth Marketing*. <https://www.sisenoragencia.com/>
- Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (2025). *Informe de cierre del comportamiento del comercio electrónico en Colombia durante 2024*. <https://ccce.org.co/noticias/informe-de-cierre-del-comportamiento-del-comercio-electronico-en-colombia-durante-2024/>
- PuroMarketing (2024). *El precio de la inflación y su impacto en los consumidores, las marcas y sus estrategias de marketing y ventas*. <https://www.puromarketing.com/153/213187/precio-inflacion-impacto-consumidores-marcas-estrategias-marketing-ventas>

Maxia Agencia de Marketing digital

- Raulperez. (2024, julio 28). *Marketing para pymes: Estrategias de bajo presupuesto*. Flesip. <https://flesip.com/blog/marketing-para-pymes>
- La Nota Económica. (2023). *Tributaria 2.0 incrementaría en 15% la carga fiscal de las empresas y ocasionaría el cierre del 15% al 30% de las mipymes*. <https://lanotaeconomica.com.co/movidas-empresarial/tributaria-2-0-incrementaria-en-15-la-carga-fiscal-de-las-empresas-y-ocasionaria-el-cierre-del-15-al-30-de-las-mipymes/>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC). (2023). *Estrategia Nacional Digital 2023–2026*. https://www.mintic.gov.co/portal/715/articles-334120_recurso_1.pdf
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT). (s.f.). *Internacionalización y acceso a nuevos mercados*. <https://www.mincit.gov.co/minindustria/estrategia-transversal/internacionalizacion-acceso-nuevos-mercados>
- Tiendanube. (2022). *Subsidios para emprendedores en Colombia*. <https://www.tiendanube.com/blog/subsidios-para-emprendedores-colombia/>
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (s.f.). *Norma: Requisitos de información para el registro de los contribuyentes*.

Maxia Agencia de Marketing digital

[https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=49981#:~:text=a\)%20Informaci%C3%B3n%20requerida%20por%20una,Registro%20Civil%20de%20las%20Personas](https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=49981#:~:text=a)%20Informaci%C3%B3n%20requerida%20por%20una,Registro%20Civil%20de%20las%20Personas)

- Superintendencia de Industria y Comercio (SIC). (2023). *Superindustria expide “Guía de buenas prácticas en la publicidad a través de influenciadores”*.
<https://www.sic.gov.co/slider/superindustria-expide-%E2%80%9Cgu%C3%ADa-de-buenas-pr%C3%A1cticas-en-la-publicidad-trav%C3%A9s-de-influenciadores%E2%80%9D>
- OCH Group. (2025). *El futuro del marketing: Personalización e hipersegmentación con la ayuda de la IA*. <https://www.ochgroup.co/el-futuro-del-marketing-personalizacion-e-hipersegmentacion-con-la-ayuda-de-la-ia/>
- Almas Agencia. (2025). *Increíble crecimiento del marketing digital en Colombia 2025*. <https://almasagencia.com/blog/marketing-digital/crecimiento-del-marketing-digital-en-colombia/>
- Suárez Bernal, L. (2023). *Marketing digital en Colombia: Conozca las herramientas y los avances*. Impacto TIC. <https://impactotic.co/innovacion/marketing-digital/marketing-digital-en-colombia-herramientas-y-avances/>

Maxia Agencia de Marketing digital

- Semana. (2023). *Pymes en Colombia estarían perdiendo eficiencia y rentabilidad por no apoyarse en la tecnología*. Semana Economía.
<https://www.semana.com/economia/emprendimiento/articulo/pymes-en-colombia-estarian-perdiendo-eficiencia-y-rentabilidad-por-no-apoyarse-en-la-tecnologia/202300/>
- Simbolo Interactivo. (2024). *Estadísticas de Marketing Digital en Colombia en el 2024*.
<https://www.simbolointeractivo.com/estadisticas-de-marketing-digital-en-colombia-en-el-2024/>
- América Retail. (2024). *Análisis del consumo en Colombia 2024, tendencias y preferencias*. <https://america-retail.com/paises/colombia/analisis-del-consumo-en-colombia-2024-tendencias-y-preferencias/>
- Montiel Ensuncho, A. (2024). Impacto de la publicidad engañosa en el comportamiento del consumidor y en la imagen corporativa de las organizaciones [Impac of misleading advertising on consumer behavior and corporate image of organizations]. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-15. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-799>
- García Sanz, N. (s.f.). *Comunicación estratégica para organizaciones responsables*
<https://nagoregarciasanz.com/comunicacion-estrategica-organizaciones-responsables/>

Maxia Agencia de Marketing digital

- ENAE Business School. (s.f.). *La transformación digital en las empresas: qué es, procesos y objetivos*. <https://www.enaes.es/blog/la-transformacion-digital-en-las-empresas-que-es-procesos-y-objetivos>
- Portafolio. (2024). *¿En qué red social invierten más los equipos de marketing?* <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/en-que-red-social-invierten-mas-los-equipos-de-marketing-612257>
- ALETREO. (2023). *La importancia de invertir en la estrategia*. <https://aletreo.com/invertir-estrategia-comunicacion/>
- De la Vega, A. (2012). *Comunicación empática: el nuevo paradigma en la gestión de crisis*. <https://www.linkedin.com/pulse/comunicaci%C3%B3n-emp%C3%A1tica-el-nuevo-paradigma-en-la-de-angie-de-la-vega-webcc/>

Maxia Agencia de Marketing digital