

Universidad del Rosario



**Universidad del
Rosario**

Boost AI Agency

Modalidad Trabajo de Grado en Emprendimiento 2

Presentado por:

Juan Pablo Galindo Ribero

Alejandro Ospina Santos

Bogotá, D.C

2025

Universidad del Rosario



Boost AI Agency

Modalidad Trabajo de Grado en Emprendimiento 2

Presentado por:

Juan Pablo Galindo Ribero (Marketing y Negocios Digitales)

Alejandro Ospina Santos (Marketing y Negocios Digitales)

Tutor:

Massimo Manzoni

Bogotá, D.C

2025

Declaración de originalidad y autonomía (Obligatorio)

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito el documento de título Opción de grado Boost AI Agency ,en la opción de grado en emprendimiento y que por lo tanto, su contenido es original.

Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que este trabajo no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

Alejandro Ospina Santos

Juan Pablo Galindo Ribero

Declaración de exoneración de responsabilidad (Obligatorio)

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

Alejandro Ospina Santos

Juan Pablo Galindo Ribero

Tabla de contenido

Resumen:	4
Abstract:	6
1. Introducción	7
1.1 Justificación	7
1.2 Objetivo de Investigación	8
1.3 Objetivo General	8
1.4 Objetivos específicos	8
2. Identificación de la oportunidad de emprender	9
2.1 Origen de la idea	9
2.2 Descripción del problema:	10
3. Modelo de Negocio:	11
3.1 Propuesta de valor:.....	11
3.2. Características de producto o servicio (Lienzo propuesta de valor)	13
3.3 Segmento de cliente	13
3.4 Buyer Persona	15
3.5. Hallazgos y validaciones del problema con el usuario	18
3.6. Alternativas de Solución y Criterios de Selección.....	25
4. Análisis Sectorial	26

	6
4.1 Mapa del entorno	26
4.2 Mapa de competidores	29
5. Prototipo Inicial	31
5.1 Presentación y descripción del prototipo:	31
5.2 Hipótesis	
5.2.1 Hipótesis de deseabilidad.....	34
5.2.2 Hipótesis de factibilidad	34
5.2.3 Hipótesis de viabilidad.....	35
5.3 Piloto de Ventas	36
5.3.1 Escenario de Validación (diseño de experimento).....	36
5.3.2 Blueprint del Piloto	42
5.3.3 Cronograma de Validación	43
5.3.4 Medición y Resultados.....	45
5.3.5 Validación financiera piloto.....	47
6. MODELO DE NEGOCIO AMPLIADO	51
6.1 Business Model Canvas	51
6.2 Verbalización del Modelo de Negocio	54
6.3 Matriz DOFA	56
6.3.1 Análisis Interno	56
6.3.2 Análisis Externo.....	59
6.4 Estrategia de Marketing	61

6.4.1 Definición de TAM SAM SOM	7
6.4.2 Funnel de Ventas y Actividades Comerciales	61
6.4.3 Estrategias de Marketing digital y Marketing Offline	62
6.4.4. Métricas de alcance y conversión para actividades comerciales, estrategia digital y estrategia offline.....	65
6.5 Estrategia Comercial.....	67
6.5.1 Construcción de marca.....	69
6.5.2. Plan y presupuesto de lanzamiento	69
6.7 Validación Financiera	72
6.7.1 Margen de contribución por servicio	73
6.7.2 Punto de equilibrio en unidades y dinero por producto o servicio	73
6.7.3. Flujo de caja mensual a dos años.....	74
6.7.4. Informes financieros	76
6.7.4.1 Balance general.....	77
6.7.4.2 Estado de resultados.....	77
6.7.4.3 Indicadores financieros	79
Bibliografía:.....	81
Anexos:.....	84
1. Encuestas a usuarios Tik Tok:	84
2. Preguntas Entrevista para Plataformas de IA (Preguntas Abiertas).....	85
3. Respuestas de la entrevista:	86

Resumen

Este informe introduce la iniciativa empresarial “Boost AI Agency”, que busca capitalizar el creciente interés en la inteligencia artificial para potenciar la participación de los usuarios en plataformas de redes sociales como Tik Tok e Instagram. La propuesta se basará en identificar una oportunidad relevante para formar una comunidad dinámica en torno a la IA, priorizando estrategias de contenido creativas que conecten de manera significativa con los usuarios.

La investigación ha descubierto las preferencias principales de los usuarios a través de encuestas llevadas a cabo en Tik Tok. Se reveló que los tipos de contenido más atractivos son las demostraciones directas de productos y los consejos prácticos sobre cómo integrar soluciones de IA en la vida cotidiana. Los usuarios mostraron un fuerte interés en seguir cuentas relacionadas a la IA debido principalmente a ofertas exclusivas como códigos promocionales y descuentos; esto señala una clara oportunidad para atraer usuarios pagados a las plataformas de IA.

Los resultados indican que adoptar una estrategia cuidadosamente planificada para la creación de contenido es fundamental para atraer la atención del público de manera efectiva. La propuesta plantea un modelo de negocio que pone énfasis en el crecimiento orgánico a través de la participación auténtica y reduciendo la necesidad de costosas campañas publicitarias. Al enfocarse en tácticas de marketing personalizadas, Boost AI Agency busca promover conexiones auténticas entre las plataformas de IA y sus usuarios; esto tendrá como resultado una mejora significativa en la interacción y experiencias finales, la fidelidad a la marca y la creación de una comunidad.

Además de eso se habla en el informe sobre lo crucial que es planificar campañas de marketing completas que duren al menos tres meses para mejorar la visibilidad y la participación del contenido al máximo posible. Se hace hincapié en la transparencia de la agencia al compartir los resultados y detalles sobre sus tácticas a su creciente comunidad de seguidores en TikTok e Instagram. En líneas generales la Agencia Boost AI se destaca como un referente en el ámbito del marketing digital para la inteligencia artificial (IA), brindando propuestas novedosas que no solo potencian las ventas sino que también fomentan una mayor comprensión y aceptación de la IA en nuestra vida diaria.

Palabras Clave

KPI, Leads, Views, Inteligencia Artificial, Marketing Digital, Contenido Orgánico, TikTok, Instagram, Engagement, Storytelling, Viralización, Comunidad, Posicionamiento

Abstract:

This report introduces the business initiative "Boost AI Agency," which aims to capitalize on the growing interest in artificial intelligence to enhance user engagement on social media platforms like TikTok and Instagram. The proposal will be based on identifying a relevant opportunity to form a dynamic community around AI, prioritizing creative content strategies that connect meaningfully with users.

The research has uncovered the main user preferences through surveys conducted on TikTok. It was revealed that the most attractive types of content are direct product demonstrations and practical tips on how to integrate AI solutions into everyday life. Users showed a strong interest in following AI-related accounts mainly due to exclusive offers such as promotional codes and discounts; this indicates a clear opportunity to attract paid users to AI platforms.

The results indicate that adopting a carefully planned content creation strategy is essential to effectively capture the audience's attention. The proposal outlines a business model that emphasizes organic growth through authentic engagement and reduces the need for costly advertising campaigns. By focusing on personalized marketing tactics, Boost AI Agency seeks to promote authentic connections between AI platforms and their users; this will result in a significant improvement in interaction and end-user experiences. brand loyalty and community building.

In addition to that, the report discusses the crucial importance of planning comprehensive marketing campaigns that last at least three months to maximize content visibility and engagement. Emphasis is placed on the agency's transparency in sharing results and details about their tactics with their growing community of followers on TikTok and Instagram. Overall, Boost AI Agency

stands out as a benchmark in the field of digital marketing for artificial intelligence (AI), offering innovative proposals that not only boost sales but also promote a greater understanding and acceptance of AI in our daily lives.

Keywords

KPI, Leads, Views, Artificial Intelligence, Digital Marketing, Organic Content, TikTok, Instagram, Engagement, Storytelling, Viralization, Community, Positioning

1. Introducción

1.1 Justificación

La compañía “Boost AI” se enfoca en promover el desarrollo específicamente para plataformas de inteligencia artificial mediante la elaboración de contenido estratégico en TikTok, una plataforma social que ha demostrado ser un medio efectivo para establecer comunidades sólidas y fieles a una marca.

La elección de emprender este proyecto se debe a la oportunidad que brinda para poner en práctica los conocimientos teóricos en un entorno dinámico, lo cual es fundamental para comprender los desafíos y oportunidades que enfrentan las nuevas empresas y especialmente las agencias. Asimismo, al centrarse en una industria emergente como la inteligencia artificial, este proyecto ofrece la oportunidad de innovar y explorar nuevas estrategias de comunicación y conocimiento, aspectos vitales para un emprendedor.

1.2 Objetivo de Investigación

Establecer estrategias para fortalecer comunidades orgánicas y aumentar conversiones en TikTok para plataformas de inteligencia artificial.

1.3 Objetivo General

Explorar el potencial de la generación de contenido en TikTok para construir comunidades sólidas y aumentar las ventas en plataformas de inteligencia artificial.

1.4 Objetivos específicos

- Identificar las tácticas de contenido más efectivas en TikTok para atraer y retener usuarios en plataformas de inteligencia artificial.

- Analizar el impacto del engagement generado en TikTok sobre las tasas de conversión en ventas y suscripciones en plataformas de inteligencia artificial.

- Evaluar cómo la creación de contenido en múltiples idiomas en TikTok impacta la formación de una comunidad global y su influencia en las plataformas de inteligencia artificial.

- Examinar cómo la optimización de anuncios en TikTok puede contribuir al crecimiento exponencial de la comunidad y las ventas en plataformas de inteligencia artificial.

2. Identificación de la oportunidad de emprender

2.1 Origen de la idea

A mediados de 2023, se concibió la idea de crear una agencia dedicada a la generación de contenido en TikTok, basada en experiencia previa en la plataforma en la que se había logrado crecer cuentas que trataban de temas de “crecimiento personal”, generando una comunidad con más de 600,000 seguidores.

Sin embargo, se quería trabajar más de cerca con las empresas para poder generar una comunidad igual de grande pero directamente con las marcas y así poder crecer su reconocimiento en redes sociales.

La idea inicial fue promover productos tangibles para marcas de e-commerce de estilo "Amazon Finds", ofreciendo la creación de contenido para las cuentas oficiales de Tik Tok de estas empresas y cobrando una comisión del 10-20% por cada venta realizada. Sin embargo, el proceso demostró ser complicado, ya que la gestión y promoción de productos físicos requería tener el producto en mano, lo que resultó ser una tarea desafiante a la hora de generar contenido.

Al enfrentar estos obstáculos, se evidenció como los productos digitales permiten generar contenido de manera mucho más sencilla y con estrategias de comunicación mucho más creativas. Siendo así como la inteligencia artificial se presentó como un nicho atractivo, ya que es una industria emergente y tiene un creciente interés en las redes sociales.

Con esta nueva dirección hacia contenido enfocado en inteligencia artificial, se puede acceder a comisiones mucho más altas, del 20-50% por cada usuario que se suscribieron a plataformas de IA mediante códigos de promoción. De igual forma, también se introdujo un modelo de ingresos adicional al cobrar \$1 por cada 1,000 visualizaciones orgánicas generadas en Tiktok. Esta adaptación no solo promete mayores beneficios financieros, sino que también una valiosa oportunidad de aprendizaje en una industria emergente, consolidando a Boost AI como un referente en el marketing digital para inteligencia artificial.

2.2 Descripción del problema:

El problema principal que enfrentan muchas plataformas de inteligencia artificial es su incapacidad para crear comunidades sólidas y leales a través de contenido que realmente capte la atención y genere engagement en redes sociales como Tik Tok. A pesar del enorme potencial de esta plataforma para llegar a grandes audiencias, muchas de estas plataformas emergentes no han logrado explotar y ser reconocidas dentro de sus nichos específicos, quedándose bastante lejos del "top of mind" en su sector a pesar de tener un gran producto que puede suplir de gran manera las necesidades de sus consumidores. Esto se debe a que no aprovechan adecuadamente las oportunidades que TikTok ofrece para posicionarse y diferenciarse en un mercado cada vez más competitivo.

Un informe de Demand Metric¹ revela que el marketing de contenidos cuesta un 62% menos que el marketing tradicional y genera aproximadamente tres veces más leads. Este dato subraya la importancia de una estrategia de contenido bien ejecutada en plataformas como TikTok para lograr generar una comunidad fuerte en redes sociales que traiga más ventas y reconocimiento para la IA. Las empresas que no saben cómo implementar una estrategia efectiva de marketing de contenidos están perdiendo una gran oportunidad para construir comunidades comprometidas y, en última instancia, para asegurar su crecimiento y éxito a largo plazo.

¹ Farias, F. (2024, June 29).

3. Modelo de Negocio:

3.1 Propuesta de valor:

En Boost AI, se ofrecen soluciones innovadoras para lograr maximizar el alcance orgánico de las plataformas de inteligencia artificial en redes sociales como Tik Tok. Nos comprometemos a generar contenido altamente efectivo y viral, lo cual aumenta la visibilidad sin depender únicamente de costosos anuncios publicitarios. A través de una estrategia enfocada en el crecimiento orgánico, optimizamos el retorno de inversión, permitiendo que las plataformas de IA conecten de manera más auténtica con su audiencia y que más personas conozcan la plataforma genuinamente.

Nuestro enfoque no solo se basa en el crecimiento, sino también en la creación de contenido que inspire y atraiga a grandes audiencias. Boost AI se especializa en diseñar campañas virales que siguen las tendencias actuales, generando un aumento en el engagement masivo no solo en latinoamérica, si no también en Estados Unidos con contenido en inglés. La clave está en adaptar el contenido a las necesidades específicas de cada cliente, creando mensajes que resuenen profundamente con su público objetivo y que fomenten la participación activa de la comunidad.

Además, reducimos los costos publicitarios de nuestros clientes al minimizar la necesidad de campañas pagadas, logrando un impacto significativo a través del alcance orgánico. De esta forma, Boost AI se convierte en una solución integral a largo plazo para las plataformas de IA que buscan expandir su presencia digital.

De igual forma, nos enfocamos en eliminar el uso de contenidos genéricos y apostamos por estrategias personalizadas de marketing que buscan conectar emocionalmente con las audiencias. Nos esforzamos por ofrecer una experiencia auténtica y cercana, permitiendo que las plataformas de IA no solo capten la atención del público, sino que también construyan relaciones genuinas con sus usuarios.

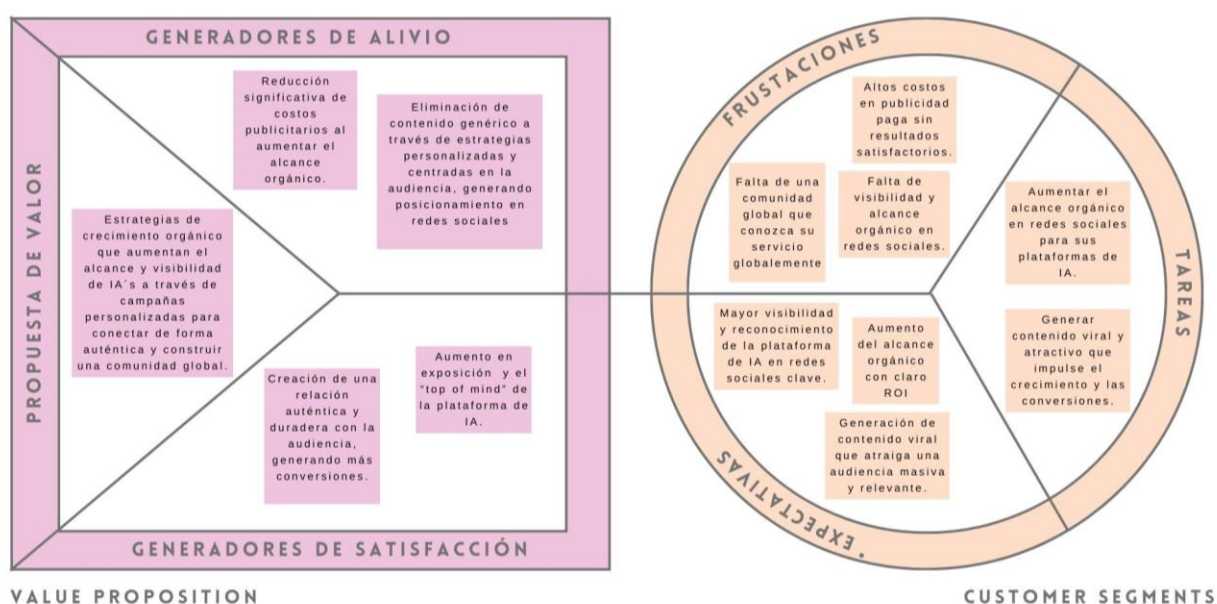
A futuro, también buscamos establecer una comunidad activa y comprometida con las plataformas de IA mediante la colaboración con creadores de contenido locales y fortaleciendo los lazos con sus audiencias. Queremos que Boost AI sea un espacio donde el contenido creativo y auténtico se combine con estrategias efectivas de crecimiento para lograr resultados medibles y sostenibles a largo plazo.

Finalmente, en Boost AI compartimos abiertamente los resultados de nuestras estrategias y prácticas de producción de contenido a través de nuestras cuentas de TikTok con 59 mil seguidores hasta la fecha (Octubre 2024) e Instagram con 20 mil seguidores (Octubre 2024), en el cual se puede observar de primera mano nuestros resultados al promocionar plataformas de IA y conectar con nuestra comunidad.

3.2. Características de producto o servicio (Lienzo propuesta de valor)

Para el momento de la realización de este proyecto, la agencia ya se encontraba en marcha, por lo que la propuesta de valor se enriqueció con la experiencia ya adquirida tanto para nuestra propia cuenta como con clientes ya adquiridos.

Figura 1. Lienzo de la propuesta de valor



Nota: Fuente: Elaboración propia

3.3 Segmento de cliente

El segmento principal son plataformas de inteligencia artificial que operan a nivel global y están interesadas en expandir su presencia en redes sociales. Este grupo incluye tanto plataformas

emergentes que buscan ganar mercado rápidamente, así como plataformas ya establecidas en el mercado que desean aumentar su alcance orgánico y fortalecer su comunidad en línea.

Las plataformas emergentes suelen tener un fuerte enfoque en innovación y están ansiosas por atraer una audiencia más amplia a través de contenidos virales en redes sociales como Tik Tok e Instagram. Estas plataformas tienden a ser flexibles en su estrategia y buscan aprovechar las tendencias digitales para diferenciarse en un mercado competitivo.

Por otro lado, las plataformas de IA establecidas en el mercado buscan consolidar su comunidad global, asegurándose de mantener un engagement constante con sus usuarios actuales y, al mismo tiempo, expandir su base de usuarios. Estas plataformas ya tienen presencia en redes, pero buscan mejorar sus estrategias de contenido orgánico para reducir la dependencia de la publicidad paga y aumentar las conversiones sin comprometer la calidad del contenido.

Segmento psicográfico

Este segmento está compuesto por empresas que valoran el crecimiento orgánico y buscan conectar con su audiencia de manera auténtica. Estas plataformas de IA están interesadas en construir una comunidad sólida y comprometida que apoye su crecimiento a largo plazo. Además, valoran el contenido viral que puede adaptarse a las tendencias actuales, ya que comprenden el poder de las redes sociales para generar conversiones y aumentar su visibilidad de manera rápida y efectiva.

Las plataformas de IA en este segmento también se interesan en la optimización del retorno de inversión (ROI), ya que buscan maximizar los resultados mientras minimizan los costos de publicidad. Están dispuestas a invertir en estrategias de marketing personalizadas que les permitan destacarse en un entorno saturado y competir con otras plataformas de IA en el mercado.

Además, estas plataformas están interesadas en utilizar redes sociales para humanizar su marca y atraer tanto a usuarios técnicos como no técnicos. Buscan colaboraciones con creadores de contenido y estrategias de marketing que resuenen con diferentes tipos de audiencias, particularmente aquellas que consumen contenido en TikTok e Instagram.

Comportamiento del cliente

Las plataformas de IA en este segmento tienen un fuerte enfoque en el crecimiento rápido, y su comportamiento de compra está impulsado por la necesidad de resultados medibles en términos de alcance, engagement y conversiones. Buscan soluciones estratégicas que les permitan generar contenido de calidad que se comparta fácilmente y que pueda volverse viral, acelerando su crecimiento.

Están dispuestas a experimentar con nuevas formas de marketing digital y adoptan estrategias que optimicen el tiempo y los recursos. Además, valoran la transparencia y flexibilidad, por lo que están más inclinadas a establecer relaciones cercanas con agencias como Boost AI, que ofrezcan resultados concretos y basados en el análisis de datos.

Las plataformas de IA emergentes y establecidas también están interesadas en automatizar ciertos procesos de marketing, y utilizan datos y métricas de redes sociales para ajustar sus estrategias en tiempo real. Prefieren soluciones que les permitan destacar en un mercado saturado y que puedan capturar nuevas audiencias globales mediante el contenido adecuado en el momento correcto.

3.4 Buyer Persona

Nuestro primer perfil se enfoca en las empresas desarrolladoras de plataformas de inteligencia artificial emergentes, con no más de 2 años en el mercado. Principalmente, en este perfil se busca a aquellas empresas que a pesar de tener una inteligencia artificial en funcionamiento y lista para ser utilizada por el mercado, no tienen los medios o el capital suficiente para posicionarse en el mercado, optando por buscar opciones más accesibles que de igual forma le permitan aumentar su visibilidad y entradas a su plataforma por medio de redes sociales.

Figura 2: Buyer Persona, Productivity AI



Nota: Fuente: Elaboración propia

Perfil 2: Ashley Cooper

Figura 3: Buyer Persona, Ashley Cooper



ASHLEY COOPER

EDAD: 24
GÉNERO: Femenino
UBICACIÓN: Miami, USA
CARRERA: Comunicación Audiovisual

DEMOGRAFÍA

- Vive en Miami, Estados Unidos.
- Estudiante de nivel avanzado en su carrera, con un empleo de medio tiempo
- Vive con sus padres
- Ingresos de \$1,500 USD mensuales

HÁBITOS

- Utiliza herramientas de IA como ChatGPT, Canva AI, y Otter.ai para facilitar la redacción de ensayos.
- Consume contenido sobre tecnología y comunicación en redes sociales como TikTok, Instagram, y LinkedIn.
- Le interesa mantenerse al día con las últimas tendencias de marketing digital y medios de comunicación.

PASATIEMPOS E INTERESES

- Disfruta leer sobre temas relacionados con storytelling, tecnología en los medios, y tendencias emergentes en la industria de la comunicación.
- Consume mucho redes sociales en temas de belleza y tecnología.

RETOS

- Optimizar su flujo de trabajo: Busca integrar herramientas de IA de manera más efectiva en su rutina diaria
- Balancear estudios y proyectos creativos: Le resulta difícil encontrar tiempo suficiente para sus estudios, su trabajo de medio tiempo y proyectos personales

FRUSTACIONES

- Falta de tiempo
- Falta de integración entre plataformas: Cambiar entre varias herramientas de IA se siente poco eficiente, ya que desearía una mayor integración entre las plataformas que utiliza.
- Suscripciones a plataformas muy costosas

OBJETIVOS

- Mejorar su productividad en la creación de contenido escrito y audiovisual
- Dominar diversas herramientas de IA para ser más competitiva en el mercado laboral, especialmente en agencias de comunicación y marketing.
- Mejorar su eficiencia y gestión de tiempo

Nota: Fuente: Elaboración propia

Al ser una agencia de producción de contenido audiovisual en redes sociales, también debemos tener en cuenta el público objetivo al que queremos dirigirnos. De este modo, es importante tener en cuenta que deben ser personas que altamente consumen redes sociales, como también deben ser personas que ya tengan cierto acercamiento a herramientas de inteligencia artificial y que están atraídas a la automatización y eficiencia de sus tareas cotidianas.

3.5. Hallazgos y validaciones del problema con el usuario

Se llevó a cabo una validación del problema antes planteado a través de encuestas virtuales llevadas a cabo en Google Forms por parte de nuestra base de seguidores en Tiktok, considerando que queremos enfocarnos únicamente en esta red social y lo que sus usuarios que la consumen tienen que decir. En estas encuestas se incluyeron preguntas sobre el tipo de contenido de IA que prefieren ver en redes sociales, sus motivaciones para seguir cuentas de empresas de IA, la frecuencia con la que desean recibir publicaciones, los formatos de contenido favoritos y los aspectos más importantes al elegir seguir una cuenta. Esto permitió conocer mejor las preferencias del público objetivo en redes sociales y adaptar estrategias de contenido para maximizar su impacto.

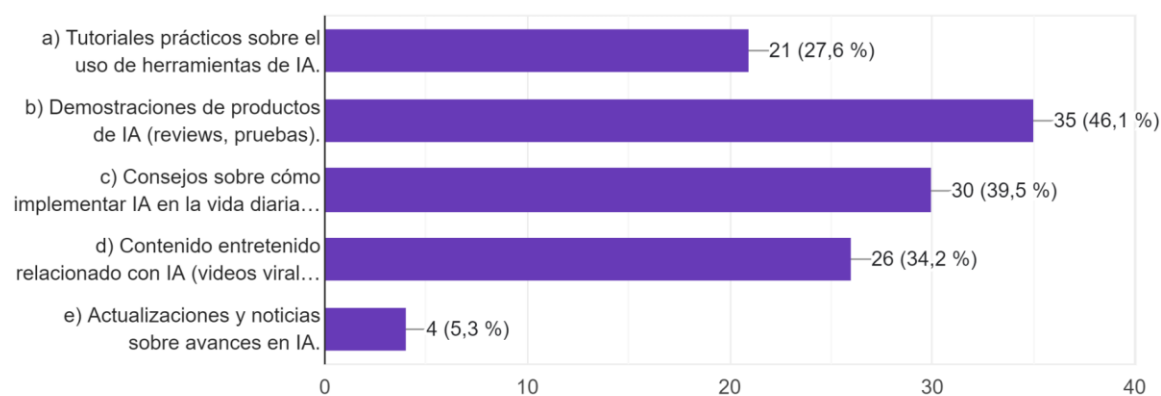
Finalmente, a través de esta herramienta, se pudo evaluar el comportamiento de los consumidores de la red social TikTok que ya tienen un interés por la inteligencia artificial. Los principales hallazgos muestran que el tipo de contenido que más llama la atención son las demostraciones directas de productos de IA con un 46,1% de los votos al igual que consejos de cómo implementar estas plataformas en la vida diaria. La gran motivación de los usuarios para seguir a una cuenta de una plataforma de IA son las ofertas exclusivas como lo son los códigos promocionales y descuentos, lo que significa que hay una gran oportunidad para poder atraer más usuarios pagos a las plataformas y de crear estrategias que interactúan constantemente con la comunidad para construir una base sólida de seguidores considerando que al 51,3% de los entrevistados les gustaría ver contenido más de una vez al día. En adición es importante variar

entre vídeos tantos cortos (30 segundos) como largos (1 minuto), siendo bastantes claros en cómo funciona la IA y teniendo un estilo claro y atractivo que llame la atención y le de una identidad de marca a la plataforma que sea relevante para los intereses de los usuarios.

Figura 4: Encuesta

¿Qué tipo de contenido relacionado con inteligencia artificial te gustaría ver más en TikTok o Instagram?

76 respuestas



Nota: Elaboración propia

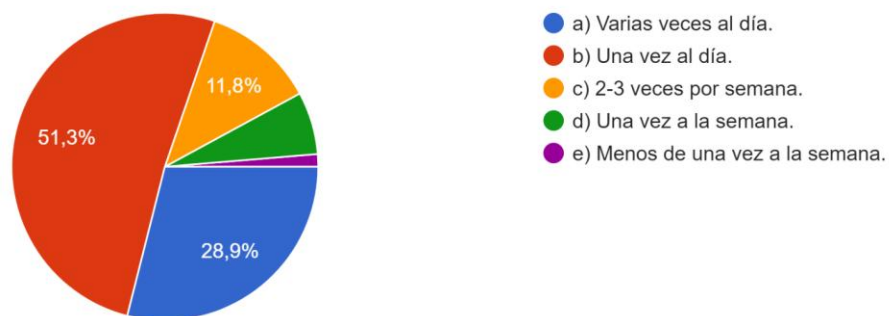
Figura 5: Encuesta



Nota: Elaboración Propia

Figura 6: Encuesta

¿Con qué frecuencia te gustaría ver contenido nuevo de empresas de IA en redes sociales?
76 respuestas

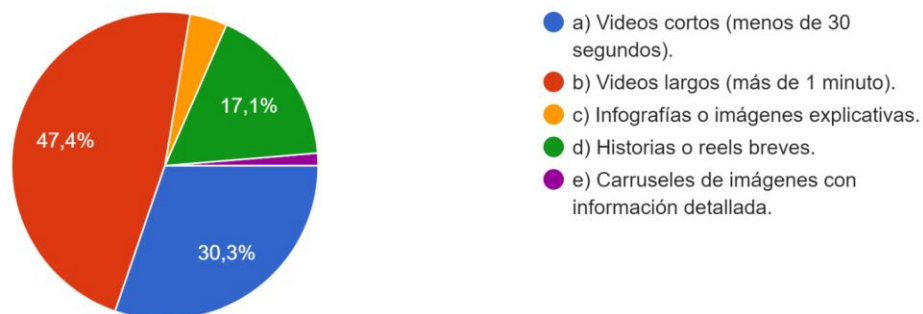


Nota: Elaboración propia

Figura 7: Encuesta

¿Qué formato de contenido prefieres ver de una empresa de IA en redes sociales?

76 respuestas

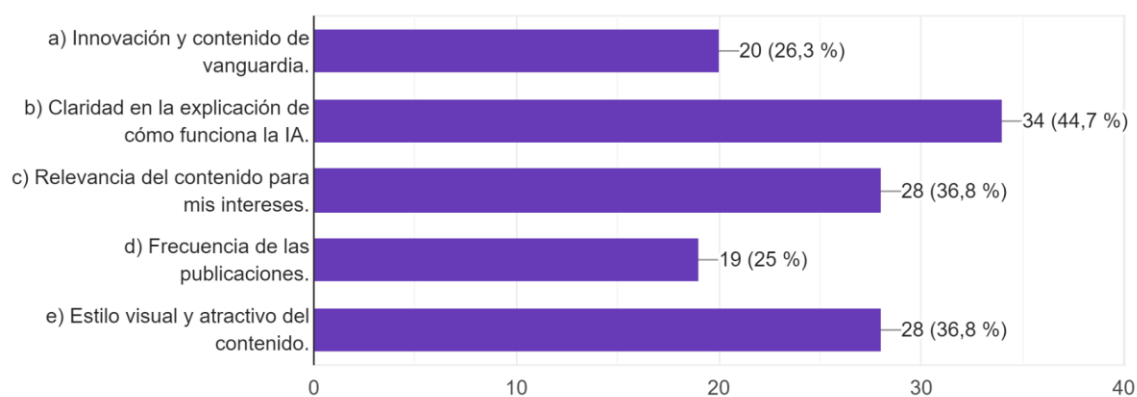


Nota: Elaboración propia

Figura 8: Encuesta usuarios Tiktok

¿Qué aspecto es más importante para ti al seguir una empresa de IA en redes sociales?

76 respuestas



Nota: Fuente: Elaboración propia

De igual forma, se entrevistaron a 4 plataformas de inteligencias artificiales a través de zoom con las que la agencia ha trabajado anteriormente tanto para contenido en nuestra propia cuenta como para contenido desde su propia marca, dentro de las cuales se encuentran:

- **Undetectable AI**, una plataforma de IA que se enfoca en la humanización de textos. Cuenta con más de 3 años en la industria y más de 5 millones de usuarios. En este caso, entrevistamos al CCO Devan Leos.
- **Piclumen**, una IA que es emergente en el mercado y se dedica a la generación de imágenes que actualmente está en su versión BETA. En este caso, entrevistamos a Emily Watkins, su especialista en marketing.
- **Napkin AI**, una plataforma de IA emergente en el mercado que se enfoca en transformar textos en gráficos como mapas mentales, presentaciones, etc. En este caso, pudimos hablar con Akshit Garg, su especialista en crecimiento.
- **Ssemble**, una inteligencia artificial que se dedica a transformar videos originales para convertirlos en cortos de alta retención. En este caso, se entrevistó a Heeyon Yi, la CMO de la empresa.

Figura 9: Ficha Técnica de entrevista

FICHA TÉCNICA ENTREVISTA	
NOMBRE	Investigación de mercados en el nicho de la IA
JUSTIFICACIÓN	Se realizan varias entrevistas individuales a cada uno de los actuales clientes de la agencia, preguntando acerca de su posición en el mercado y acerca de sus necesidades y problemas a la hora de hacer campañas de contenido exitosas
OBJETIVO	Entender qué buscan las plataformas de IA en una agencia de marketing para contenido en redes sociales, y cómo podría ayudarles Boost AI.

TIPO DE INVESTIGACIÓN	Exploratorio
MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	Cualitativo
FUENTES DE INFORMACIÓN	Entrevista
TÉCNICAS DE INFORMACIÓN	La observación, Entrevista
INSTRUMENTO PARA RECOLECTAR INFORMACIÓN	Entrevista abierta
MODO DE APLICACIÓN	Reunión virtual
DEFINICIÓN DE POBLACIÓN	Presidentes, CEO'S y directores de plataformas d inteligencia artificial
DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA	4
MARCO MUESTRAL	Se creó una reunión con cada uno de nuestros actuales clientes por medio de una llamada de zoom, siendo 4 clientes totales los que participaron
ALCANCE	Global
TIPO DE APLICACIÓN	Media hora

Nota: Fuente: Elaboración propia

A partir de la entrevista, pudimos concluir que varias de estas inteligencias artificiales tienen varios dolores en común. Primero, la educación del usuario y la percepción de valor de estas plataformas en el mercado es fundamental, debido a que muchas personas aún desconocen todos los beneficios específicos que estas herramientas pueden aportar a su productividad y estilo de vida. Asimismo, todas buscan diferenciarse en un mercado saturado de IA, donde destacar sus características únicas para estar en el top of mind de los consumidores es esencial para poder ganar competitividad. Otro dolor que comparten estas plataformas es la conversión de usuarios de prueba a suscriptores pagados, un elemento fundamental para obtener utilidad, así como también la necesidad de comunicación visual atractiva y clara para demostrar sus beneficios y funciones sin comprometer la experiencia de uso de los usuarios.

Por otro lado, estas inteligencias artificiales tienen objetivos comunes, siendo las siguientes:

- Ampliar su base de usuarios, lo que les permitirá obtener datos de uso para poder entrenar de mejor manera sus algoritmos y el motor de sus plataformas.
- Aumentar el reconocimiento de marca, posicionándose como los líderes de su sector dentro del mercado de la inteligencia artificial
- Lograr maximizar la conversión y retención de usuarios mediante la construcción de una comunidad leal y una experiencia constante que pueda motivar a los usuarios a suscribirse

y estar al tanto de los avances, nuevas actualizaciones y nuevas herramientas que lance cada una de las plataformas.

Para resumir, todos los clientes revelan una necesidad conjunta de querer contar con una agencia de marketing que pueda combinar de forma efectiva tanto estrategias de pago como orgánicas, enfocándose en la generación de contenido de alto valor que logre educar al público y proveer de demostraciones prácticas para así poder construir una comunidad leal, buscando de esta forma maximizar el impacto y el alcance de cada una de las inteligencias artificiales en su sector específico.

3.6. Alternativas de Solución y Criterios de Selección

Para lograr los objetivos planteados por nuestros competidores, debemos aprovechar las oportunidades que se presentan para gestionar campañas de contenido de manera eficiente.

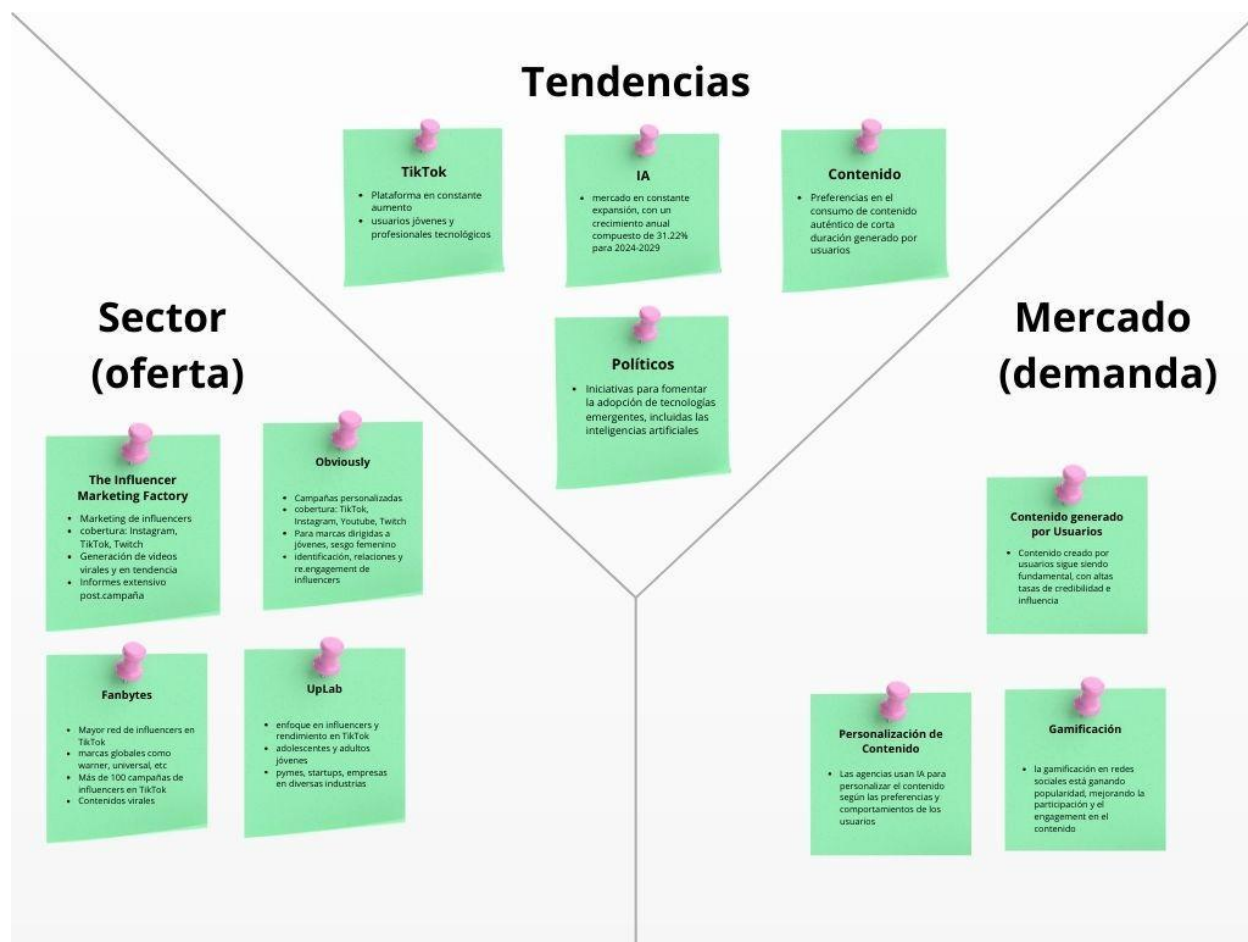
En una primera instancia es factible desarrollar contenido didáctico práctico como tutoriales y demostraciones que simplifiquen el uso de todas las herramientas para así incrementar la confianza del usuario y al mismo tiempo reducir la dificultad en su aprendizaje. Además de eso al unir estrategias de marketing pagado junto a tácticas orgánicas se podrá atraer nuevos usuarios facilitando de esta manera la construcción de una comunidad comprometida a la marca. Además de eso, a través de la publicidad en redes sociales y remarketing se puede maximizar la difusión y la conversión al respaldarlo por contenido viral que fomente la interacción y la construcción de

comunidad. Finalmente, pudiendo administrar anuncios en TikTok, podemos seleccionar el contenido viral de forma orgánica para ampliar su alcance a segmentos más específicos a los que quiera llegar la inteligencia artificial, optimizando el costo de las campañas y reduciendo al mínimo la inversión en campañas pagadas por parte de las plataformas de servicio y técnicas.

4. Análisis Sectorial

4.1 Mapa del entorno

Figura 10: Mapa de entorno



Nota: Fuente: Elaboración propia

Por medio de la figura presentada anteriormente, se busca poder identificar las principales tendencias y el comportamiento del entorno alrededor del sector de las agencias de marketing de contenidos en redes sociales. En adición, buscamos entender los diferentes competidores que existen dentro de nuestro sector y sus puntos fuertes y débiles a la hora de proporcionar campañas

de contenido a las empresas. Por último, se quiere descifrar los comportamientos actuales en el mercado con respecto al consumo de contenido digital que consumen, identificando como así conectan e interactúan con una marca.

Para poder entender de mejor manera el entorno macroeconómico y político en el que el entorno se ve afectado, necesitamos analizar los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos.

Factores políticos

La relevancia de la publicidad en el entorno digital actual ha dado lugar a la formulación de normativas destinadas a regular de manera más efectiva la realización de campañas publicitarias en redes sociales. Estos esfuerzos buscan garantizar el cumplimiento de leyes específicas en este ámbito.

- La ley de publicidad y protección al consumidor tiene como objetivo controlar la transparencia y la veracidad presentes en las publicaciones difundidas en las redes sociales, garantizando que los anuncios creados por las agencias no sean engañosos y que la publicidad patrocinada esté claramente identificada ².
- Derechos de autor y ley de propiedad intelectual: Esta normativa ampara los derechos de los artistas sobre sus creaciones. Para que se cumpla correctamente, las entidades deben

² (Liu & FTC, 2021)

velar por el respeto de las licencias y la no vulneración de los derechos de autor en el contenido que utilizan ³.

- La regulación y control de contenidos es diversa según el país donde se aplique dichas políticas. En su mayoría, las entidades deben acatar las normativas locales sobre qué tipo de contenido está autorizado para su difusión pública.

Factores económicos:

Debido a varios elementos como lo es la inflación, pueden afectar el presupuesto de los clientes para invertir en campañas de marketing. En el caso de una recesión, las empresas pueden reducir su gasto destinado a la publicidad, impactando de esta forma a las agencias. Además, debido al crecimiento de la competencia dentro del mercado de las agencias y plataformas dedicadas a la publicidad en redes sociales, es necesario implementar estrategias de diferenciación para así asegurar la fidelidad de los clientes a largo plazo, ya que la gran mayoría pueden estar tentados a implementar estrategias de marketing de forma interna para reducir sus costos⁴.

Factores Sociales:

Dentro de este punto, elementos como las tendencias en inclusión, sostenibilidad y diversidad influyen en las expectativas del consumidor. De este modo, las agencias deben poder

³ ()

⁴ (Team, 2024)

adaptar sus campañas para poder así alinearse de mejor manera con estos nuevos segmentos. En relación con la inteligencia artificial, al ser un mercado con un crecimiento exponencial, la demanda de publicidad para promover plataformas emergentes de inteligencia artificial aumentan, siendo un excelente nicho para aprovechar y poder proveer de campañas de contenido de gran alcance. Para añadir, las preferencias de comunicación han cambiado en los últimos años, con usuarios que prefieren interacciones cercanas y de tiempo real, con la adición de campañas que reflejan la autenticidad y transparencia de las marcas. Asimismo, con el auge de redes sociales como TikTok e Instagram, los usuarios han aumentado en el consumo de formatos cortos de contenido, principalmente vídeos inferiores a 1 minuto de duración, siendo el contenido de consumo rápido el que deben enfocarse las agencias para poder obtener un mayor alcance global^{5 6}.

Factores Tecnológicos:

Para la gestión de campañas en redes sociales, la tecnología es un elemento fundamental. Herramientas como inteligencia artificial, análisis de datos y automatización están siendo implementadas en mayor medida por las agencias para poder obtener una mayor personalización y eficiencia en la creación de contenido y análisis de campañas. Además, el surgimiento de nuevas plataformas y el rápido crecimiento de tecnologías como la realidad aumentada y virtual, que según () han crecido un 94% en conversiones de ventas y las nuevas generaciones han mostrado ser un 71% más propensas a usar AR que otras generaciones, pueden enriquecer las formas en las que se

⁵ ()

⁶ (Clark, 2024)

puede llegar a conectar con las audiencias. Las agencias que sepan gestionar e implementar estas tecnologías estarán mucho mejor posicionadas para poder atraer a nuevos clientes y podrán mejorar la efectividad de todas sus campañas^{7 8}.

4.2 Mapa de competidores

Las principales diferencias y ventaja competitiva de Boost AI en el sector de marketing digital, específicamente en la creación de contenido para plataformas de inteligencia artificial, radica en que ofrecemos un enfoque especializado únicamente en el nicho de IA, no trabajamos con empresas de ninguna otra industria, lo que hace nuestra oferta mucho más personalizada ya que conocemos al mercado y la audiencia objetivo para poder maximizar los resultados en el menor tiempo posible.

Nuestros competidores indirectos incluyen agencias de marketing digital tradicionales que ofrecen soluciones generales para el crecimiento en redes sociales. Sin embargo, estas agencias suelen priorizar el alcance pagado y no suelen enfocarse en la construcción de comunidades orgánicas específicas para el nicho de inteligencia artificial, lo que hace difícil para sus clientes generar compromiso a largo plazo. Boost AI, en cambio, ofrece una estrategia de contenido orgánico adaptada al nicho de IA, maximizando el retorno de la inversión y fomentando una conexión genuina con los usuarios.

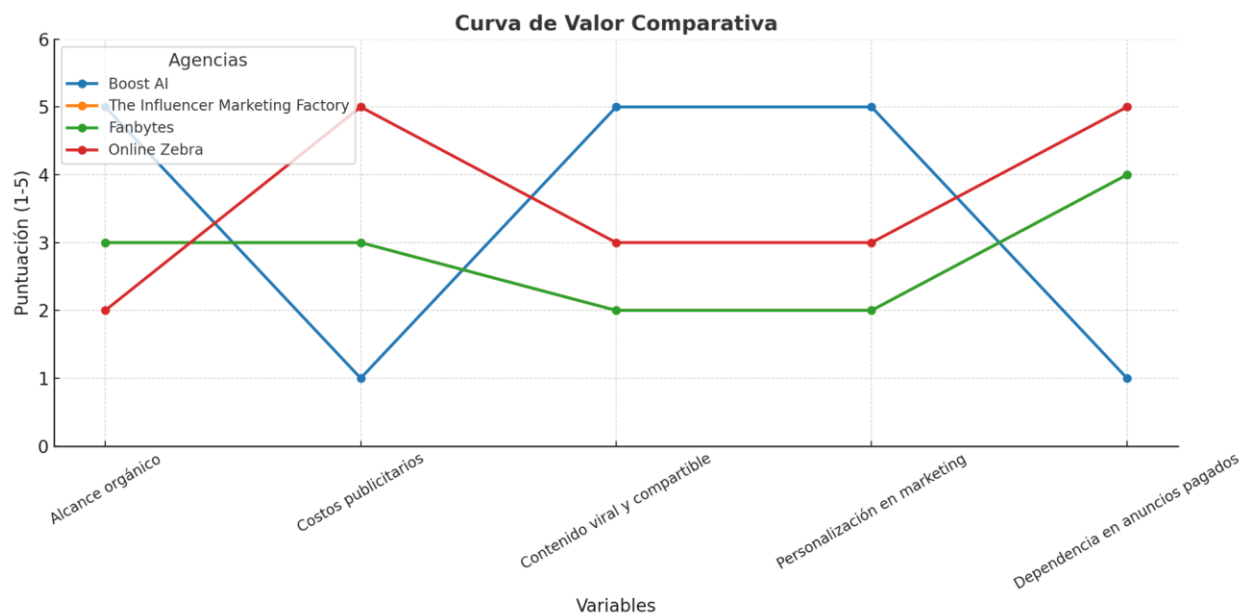
⁷ (Rivera, 2023)

⁸ (Johnson, 2024)

Frente a nuestros competidores directos en la creación de contenido para plataformas de IA, Boost AI se diferencia al ofrecer un enfoque único y personalizado en redes sociales, con un equipo que tiene experiencia en TikTok y que ha trabajado con cuentas que alcanzaron un crecimiento significativo de seguidores. Mientras que otras agencias pueden enfocarse en modelos de marketing de alto volumen y costos elevados de publicidad, Boost AI prioriza una estrategia orgánica, minimizando costos publicitarios y ofreciendo a sus clientes un servicio basado en resultados medibles y en una propuesta de monetización más accesible y adaptable al crecimiento de cada cliente.

Además, Boost AI no depende de fluctuaciones en costos publicitarios ni requiere una inversión inicial elevada, lo cual lo hace una alternativa accesible y enfocada en el valor a largo plazo de la comunidad para las plataformas de IA.

Figura 11: Curva de Valor Comparativa



Nota: Fuente: Elaboración propia

La curva de valor de Boost AI destaca por su fuerte enfoque en el alcance orgánico, la creación de contenido viral y la personalización en marketing, lo que le permite generar resultados sostenibles a bajo costo y sin depender de anuncios pagados. A diferencia de competidores como Online Zebra, que dependen de inversiones publicitarias, o The Influencer Marketing Factory y Fanbytes, que ofrecen un enfoque híbrido, Boost AI se posiciona como la mejor opción al proporcionar una estrategia de marketing orgánica más efectiva y rentable, adaptada a las necesidades específicas de plataformas de inteligencia artificial. Esta combinación de bajo costo y alto impacto hace que Boost AI ofrezca una propuesta de valor inigualable.

5. Prototipo Inicial

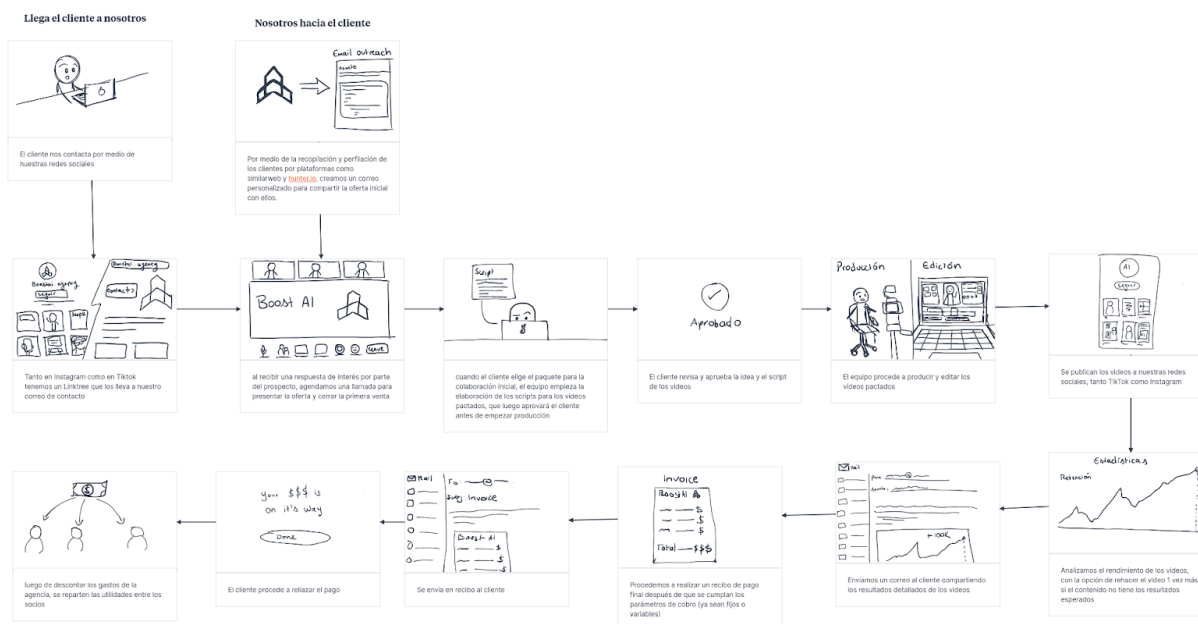
5.1 Presentación y descripción del prototipo:

Prototipo 1

Nuestro primer prototipo es un storyboard que ilustra el modelo de negocio y el proceso de venta dentro de Boost AI. Este surge a partir de las formas en las que el cliente puede llegar a la agencia, para luego a partir de la negociación inicial, poder definir la mejor forma de operar para garantizar un flujo de trabajo eficiente, siendo beneficioso tanto para nosotros como para el cliente.

Dentro de este, el objetivo es poder ilustrar de forma clara cómo funciona cada etapa clave, desde las formas en las que adquirimos nuevos clientes; ya sea por medio de diferentes estrategias de prospección o a través de nuestra exposición en redes sociales; hasta el desarrollo y ejecución de las campañas de promoción de sus plataformas. Igualmente, describimos cómo analizamos y compartimos los resultados de las campañas con los clientes, asegurándonos que cada una de ellas cumpla con los objetivos planteados anteriormente en la negociación. Finalmente, este prototipo ilustra el proceso de cierre y facturación de la campaña.

Figura 12: Storyboard Modelo de Boost AI



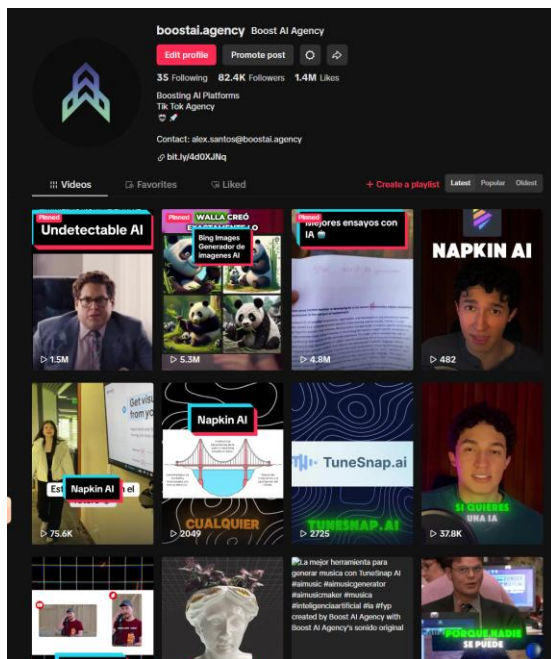
Nota: Fuente: Elaboración propia

Prototipo 2

Este sería el segundo prototipo, el cual ya podemos evidenciar debido a que es algo que hemos desarrollado desde la creación de la agencia. Es por esto que las imágenes de evidencia como se puede observar en la figura 9 y 10 evidencian que ya tenemos muy buenos números en nuestra cuenta de “boostai.agency” con más de 80,000 seguidores en TikTok y más de 20,000 seguidores en Instagram, algo que es de gran interés para las plataformas que nos contactan debido a que muestra que ya tenemos muy buenos números y engagement en nuestra cuenta. De igual forma se puede evidenciar como en la biografía de nuestras cuentas se puede tener fácil acceso a

nuestro correo que es “alex.santos@boostai.agency” siendo este el principal medio por el cual podemos interactuar con potenciales clientes.

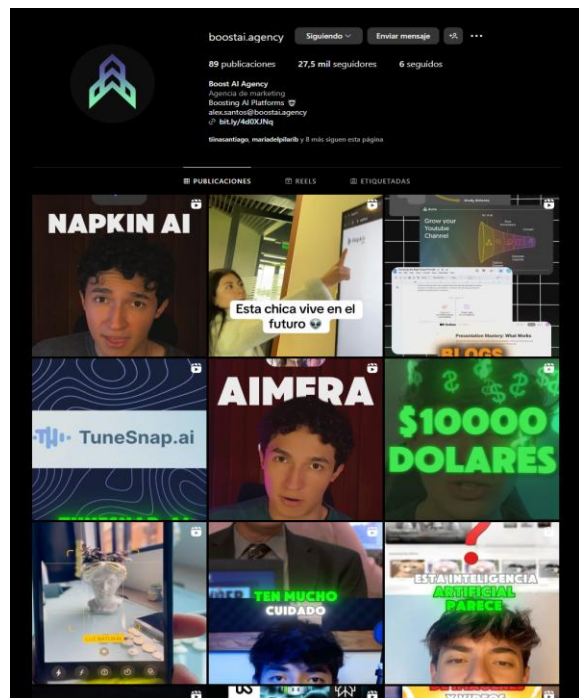
Figura 13: Perfil de Tik Tok Boostai.agency



Nota: Fuente: Elaboración propia

Perfil de Instagram:

Figura 14: Perfil de Instagram Boostai.agency



Nota: Fuente: Elaboración propia

5.2 Hipótesis

5.2.1 Hipótesis de deseabilidad

- **¿Hemos identificado los principales dolores de nuestros clientes?**

Sí, nuestros clientes buscan una forma efectiva de generar contenido auténtico de forma comprometida en redes sociales, especialmente en plataformas como Tik Tok, pero enfrentan el

desafío de crear una comunidad orgánica que impulse conversiones. La falta de tiempo y recursos para entender el algoritmo y el comportamiento de los usuarios también es un obstáculo recurrente para estas plataformas

- **¿Estamos segmentando correctamente? ¿El público objetivo es suficientemente amplio?**

Nuestro público objetivo es amplio, ya que incluimos desde startups hasta plataformas posicionadas en la industria de la inteligencia artificial. De igual forma, esta es una industria con un crecimiento exponencial, considerando que cada año aumentan cada vez más inteligencias artificiales que van a tener el gran problema de darse a conocer en redes sociales, por lo que nuestra red de clientes puede ser cada vez más grande. En adición, al enfocarnos únicamente en plataformas de IA, podemos generar una oferta mucho más personalizada teniendo en cuenta que ya conocemos el mercado y que tenemos bastante experiencia en el campo.

- **¿Los segmentos a los que estamos apuntando existen?**

Sí, existen. A partir de nuestra investigación de mercado, identificamos una demanda clara de plataformas de IA y empresas digitales que necesitan apoyo en contenido y estrategia para crecer en redes sociales. Estos segmentos están interesados en nuestra propuesta de contenido enfocado en engagement y conversión.

5.2.2 Hipótesis de factibilidad

- **¿Podemos desarrollar las actividades para crear y entregar el producto o servicio?**

Sí, contamos con las herramientas y metodologías necesarias para organizar y entregar el servicio de creación de contenido en TikTok de manera efectiva. Podemos desarrollar un planeador de contenido detallado, desde la planificación de scripts y guiones hasta la edición y publicación, asegurando una producción constante y organizada. Este planeador incluirá la trazabilidad de los resultados, permitiéndonos analizar el impacto de cada pieza de contenido y su conversión directa en ventas, optimizando continuamente las estrategias para maximizar el rendimiento en Tik Tok. Además, implementamos sistemas de seguimiento de métricas clave para ver el impacto en tiempo real y tomar decisiones informadas rápidamente.

- **¿Podemos cumplir con los tiempos de entrega? ¿Conocemos la logística de distribución y costos?**

Cumplimos con los tiempos de entrega establecidos mediante un flujo de trabajo estructurado para la creación de contenido y la implementación de estrategias para optimizar el tiempo. Nuestra logística digital nos permite poder gestionar eficientemente cada etapa, desde la planificación hasta la publicación. De igual forma, teniendo en cuenta el acuerdo al que se ha llegado con el cliente, optimizamos los tiempos a través de plataformas como Notion donde se puede incluir los videos, descripciones, hashtags, tiempo de entrega etc.

5.2.3 Hipótesis de viabilidad

¿Los clientes están dispuestos a pagar por el precio?

Si, nuestra investigación de mercado y nuestras ventas iniciales han demostrado que las plataformas de inteligencia artificial están dispuestas a invertir en estrategias de contenido en TikTok e Instagram, especialmente debido a que estas pueden aumentar considerablemente el tráfico en su plataforma y exposición en el mercado. Además, al especializarnos en el nicho de inteligencia artificial, justifica el valor en nuestra oferta para encargarnos de sus campañas de contenido.

¿Podemos cubrir los costos fijos?

Sí, nuestros costos fijos, los cuales incluyen principalmente los softwares de edición y nómina a los socios, son sostenibles dentro del margen de utilidad proyectado. Además, el modelo de negocio digital nos permite minimizar los gastos y costos operativos, lo que nos permite escalar sin recurrir a ningún tipo de inversión en infraestructuras físicas.

¿Podemos generar estrategias de ingresos diferentes?

Por supuesto. Teniendo en cuenta que ofrecemos varios tipos de colaboraciones, tanto fijos como variables, existe una alta flexibilidad para concretar ventas con diferentes clientes. Además de nuestro servicio principal de contenido en Tiktok e Instagram, podemos diversificar nuestras

fuentes de ingresos mediante diferentes métodos de creación de contenido, pudiendo ser tanto dentro de las redes sociales de nuestra empresa, como para sus redes sociales propias. Igualmente, podemos ofrecer consultorías especializadas, gestionar comunidades existentes, y tanto proveer como gestionar estrategias de contenido por medio de ads.

¿Podemos conseguir el capital semilla para inicial?

Si, dado que al ser un modelo de negocio digital, el inicio de operaciones requiere mayormente del esfuerzo y tiempo de los socios, así como una pequeña inversión para cubrir los gastos de la plataforma de edición. Esto nos permite poder ofrecer nuestros servicios de manera efectiva sin la necesidad de recurrir a una inversión inicial significativa, lo que reduce la barrera de entrada de nuestro negocio y nos da la flexibilidad de poder expandirnos progresivamente a medida que los ingresos y los clientes aumenten.

5.3 Piloto de Ventas

5.3.1 Escenario de Validación (diseño de experimento)

Definición de las Variables y Objetivos a Testear: El objetivo del experimento en este caso fue validar si la creación y publicación recurrente de contenido en TikTok e Instagram promoviendo únicamente plataformas inteligencia artificial harían que empresas de este sector nos contactaran directamente a nosotros para promover sus plataformas. Esto considerando que la gran mayoría de estas tienen un equipo de growth marketing que se dedica a influencer marketing, por lo que llamaríamos la atención de un gran número de estas plataformas.

Variables clave:

- Nivel de interacción y alcance de los videos (visualizaciones, me gusta, comentarios y compartidos)
- # de plataformas interesadas en promocionarse a través de nuestras redes
- Modelos de monetización efectivos para la agencia

Identificación de los Participantes:

- Clientes potenciales: Empresas de inteligencia artificial interesadas en aumentar su presencia en redes sociales, más que todo emergentes y poco conocidas en Latam
- Proveedores: Plataformas de IA con las que colaboramos
- Canales de distribución: Tik Tok e Instagram como principales redes sociales

El experimento consistió en la creación de contenido viral en TikTok e Instagram sobre diversas plataformas de inteligencia artificial. Estos videos buscaban tener un buen engagement para que los usuarios se entretengan mientras que promocionamos una IA de manera que sea entretenida y que se obtenga interés por parte de nuestros seguidores. Al seguir esta estrategia,

conseguimos unos muy buenos resultados en principalmente Tiktok, siendo capaces de publicar videos con millones de visitas.

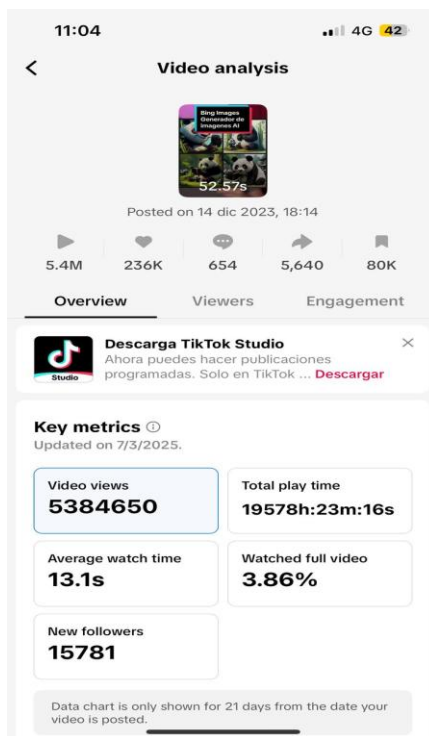
Como ejemplo, publicamos un video publicando *Bing Images*, el generador de imágenes de Microsoft Copilot con el cual logramos más de 5 millones de visualizaciones y más de 15,000 seguidores con solo ese video y más de 200k likes, una muy buena métrica para una cuenta con muy pocos seguidores.

Figura 15: Video Bing Images



Nota: Fuente: Elaboración propia

Figura 16: Métricas de Video Bing Images



Nota: Fuente: Elaboración propia

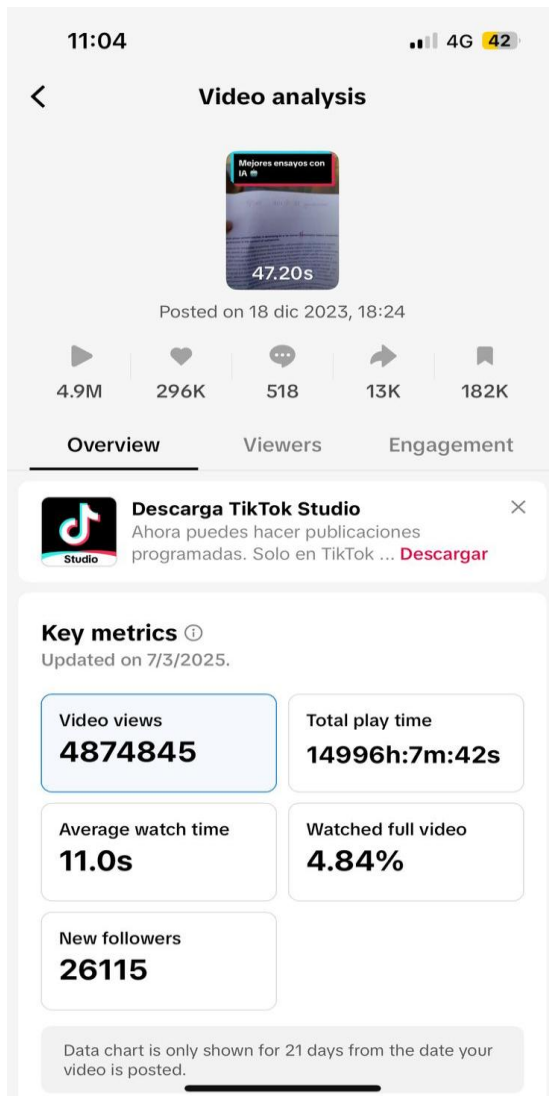
De igual forma logramos otro video que llegó a 4,9 Millones de visualizaciones con un gran engagement en el que promocionamos Essay Pro, una IA para generación de escritos, lo que nos trajo más de 25,000 seguidores con tan solo un video y casi 300k likes.

Figura 17: Video EssayPro



Nota: Fuente: Elaboración propia

Figura 18: Métricas Video EssayPro



Nota: Fuente: Elaboración propia

En el perfil de Tik Tok e Instagram incluimos un correo profesional en la biografía (alex.santos@boostai.agency) con el fin de recibir solicitudes directas de empresas interesadas y poder ser mucho más eficientes.

En este enfoque con el que empezamos, nosotros mismos publicamos el contenido en nuestra cuenta tanto en Instagram como Tiktok en [@boostai.agency](https://www.instagram.com/boostai.agency). Llegamos a acuerdos en los que promocionamos sus plataformas de IA a través de videos atractivos que generan interacción pero al mismo tiempo puedan entretener a nuestra audiencia.

Pasos desarrollados:

1. **Producción de contenido:** Creación y edición de videos atractivos sobre IA
2. **Publicación recurrente:** Se subieron videos de manera constante durante un período de prueba en nuestras propias cuentas para ganar visibilidad y seguidores
3. **Análisis de interacción:** Se midieron las visualizaciones y el engagement de los videos para poder mejorar cada vez más
4. **Captación de clientes:** Se analizó el número de empresas que contactaron a Boost AI por medio del correo
5. **Conversión en ventas:** Se evaluaron los acuerdos comerciales logrados con los clientes interesados

Los resultados del experimento confirmaron la viabilidad del modelo de negocio:

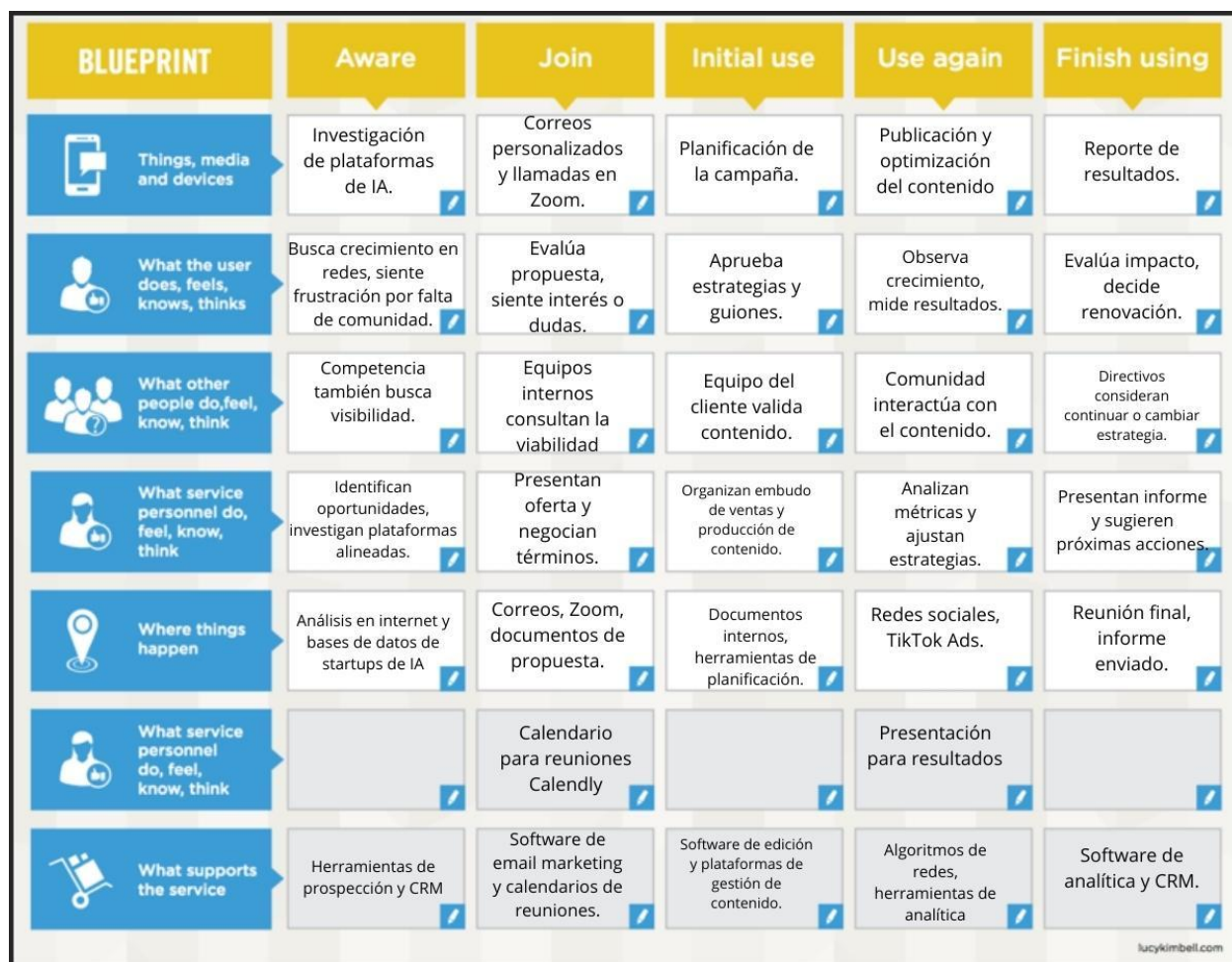
Se logró captar a nuestros dos primeros clientes a través de esta estrategia:

- **Undetectable AI:** Acordamos un modelo de monetización basado en CPM, obteniendo \$1 por cada 1,000 visualizaciones orgánicas con un tope de \$1,000 por video (1 millón de visualizaciones). Se realizaron 2 videos que superaron esta cifra, lo que significó nuestros primeros 2,000 dólares en facturación
- **Piclumen:** Se acordó una tarifa fija de \$100 por video, con un paquete inicial de 3 videos, total de \$300

El piloto de ventas demostró que la estrategia de contenido viral en TikTok e Instagram es una vía efectiva para captar clientes en la industria de la inteligencia artificial. A partir de estos resultados, continuaremos optimizando el enfoque y así poder captar más clientes.

5.3.2 Blueprint del Piloto

Figura 19: Modelo Blueprint



Nota: Elaboración propia

Pre-Servicio: Dentro de esta etapa, se capturan clientes por medio de una secuencia de prospección, en la que filtramos las plataformas que estén alineadas a los servicios que podemos proporcionarles. Dentro de este segmento se encuentran las plataformas de IA pequeñas-medianas, que tengan muy poca exposición o carezcan de una comunidad sólida en redes sociales.

Posteriormente, dentro de esta secuencia, elaboramos correos personalizados que llamen la atención de las plataformas para poder entrar en una negociación. Finalmente, acordamos una llamada por zoom, en las que vendemos la oferta, establecemos precios y acordamos fechas de iniciación de la campaña

Servicio: Comenzamos por planificar la campaña donde organizamos el embudo de ventas y definimos los formatos para luego crear la cuenta y los guiones de los primeros videos. Una vez que las estrategias y el contenido son aprobados por el cliente procedemos a producir y editar cada pieza de contenido seguido de una última revisión por parte del cliente antes de subir los videos. Para establecer una comunidad sólida y exitosa acorde las recomendaciones de la empresa expertise en marketing digital social es fundamental planificar campañas de al menos 3 meses para optimizar la alimentación de la cuenta y del algoritmo y así incrementar significativamente las visualizaciones de cada contenido publicado incrementando su alcance orgánico. En caso de requerirse impulsar el contenido mediante TikTok Ads es vital acordar previamente el presupuesto asignado por la compañía para estas campañas publicitarias permitiendo que nuestro equipo especializado gestione eficientemente dichas inversiones buscando maximizar el impacto por alcance y resultados positivos de las mismas.

Post-servicio: Por último, en esta etapa hacemos un análisis y elaboramos un informe de resultados obtenidos, retomando todo el proceso, el número total de piezas publicadas y evaluando el alcance y conversión de estas campañas dentro de la plataforma del cliente. Si convencen al cliente, se procede a hacer un segundo contrato que extienda nuestra relación con ellos para seguir gestionando sus cuentas oficiales en redes sociales.

5.3.3 Cronograma de Validación

Tabla 1: Cronograma de Validación

Actividad	Descripción	Fecha Estimada	Responsable
Creación de contenido para alimentar la comunidad	Creación de contenido de valor sobre inteligencias artificiales como Bing Images, Gamma, Essay.pro, entre otras.	Desde: 1-nov-2023 Hasta: 20-mar-2024	Juan Pablo, Alejandro, Nicolás
Análisis y optimización del contenido	Análisis de la retención y rendimiento de los videos para mejorar la estrategia y seguir creando contenido viral.	Desde: 1-nov-2023 Hasta: 20-mar-2024	Nicolás
Recolección de leads	Uso de bibliotecas de IA y búsquedas orgánicas para identificar plataformas de IA y	Desde: 20-mar-2024 Hasta: 1-abr-2024	Juan Pablo

	<p>obtener contactos de gerentes y administrativos.</p> <p>Almacenamiento en una lista en Excel.</p>		
Creación de correos en frío	<p>Creación de correos personalizados para cada plataforma de IA, presentando nuestros servicios.</p>	<p>Desde: 2-abr-2024</p> <p>Hasta: 20-abr-2024</p>	Alejandro, Juan Pablo
Envío de correos a prospectos	<p>Enviar los correos a los respectivos contactos y esperar respuesta.</p>	23-abr-2024	Alejandro
Elaboración de la campaña	<p>Producción y edición de los videos según lo negociado con cada cliente.</p>	<p>Desde: 1-may-2024</p> <p>Hasta: 15-may-2024</p>	Juan Pablo, Alejandro, Nicolás
Publicación del contenido en redes sociales	<p>Publicación de los videos en Instagram y TikTok, donde</p>	Desde: 20-may-2024	Nicolás

	previamente se construyó una comunidad interesada en IA.	Hasta: 25-may-2024	
Análisis y evaluación	Evaluación de KPI claves como visualizaciones, likes y compartidos de los videos.	Desde: 20-may-2024 Hasta: 20-jun-2024	Juan Pablo, Alejandro
Envío de resultados y facturación al cliente	Presentación de los resultados obtenidos al cliente junto con la factura final.	25-jun-2024	Nicolás
Pago	Confirmación de la aprobación del contenido y recepción del pago por parte del cliente.	26-jun-2024	Nicolás

Nota: Elaboración propia

5.3.4 Medición y Resultados

Durante el desarrollo inicial de las ventas piloto de nuestra agencia Boost AI, se definieron indicadores clave para analizar la viabilidad y eficiencia del modelo de negocio implantado. A partir de dichas métricas, pudimos realizar los ajustes pertinentes y pudimos optimizar los resultados a partir del piloto

Métricas Definidas:

1. Alcance y Engagement del Contenido:

- Visualizaciones totales de los videos publicados.
- Tasa de interacción (% de me gusta, comentarios y compartidos por video).
- Crecimiento en el número de seguidores a través de nuestras cuentas de TikTok e Instagram.

2. Conversión de Clientes Potenciales:

- Número de empresas que contactaron a Boost AI a través del correo profesional.
- Tasa de conversión (% de empresas contactadas que se convirtieron en clientes).

3. Ingresos Generados:

- Ingresos obtenidos por cliente.
- ARPU (ingreso promedio por cliente).

4. Eficiencia del Modelo de Monetización:

- CPM (costo por cada 1,000 visualizaciones obtenidas).
- Cantidad de videos publicados y su rendimiento en términos de ingresos.

Resultados Obtenidos:

1. Alcance y Engagement del Contenido:

- Alcanzamos más de **8 millones de visualizaciones** en nuestros perfiles de TikTok e Instagram en la etapa de captación de clientes, teniendo un mayor éxito en TikTok
- Dos videos superaron **1 millón de visualizaciones** cada uno para nuestro cliente Undetectable AI
- Un video superó **1 millón de visualizaciones** de los 3 que desarrollamos para nuestro segundo cliente Piclumen
- La tasa de interacción promedio fue del **4%**, indicando un nivel aceptable de engagement
- Se registró un crecimiento significativo en la audiencia de nuestras cuentas, llegando a conseguir 25,000 seguidores con tan solo un video.

2. Conversión de Clientes Potenciales:

- Se recibieron **más de 5 consultas** de empresas interesadas en nuestros servicios.
- Se concretaron acuerdos con **2 clientes pagantes**:
- **Undetectable AI**, con un modelo de CPM de **\$1 por cada 1,000 visualizaciones**, con un CAP de **\$1,000 por video**.
- **Piclumen**, con un contrato de **\$100 por video**, con un paquete inicial de **3 videos**.

3. Ingresos Generados:

- Ingreso total generado en el piloto: **\$2,300 USD**.
- ARPU: **\$1,150 USD por cliente**.

4. Eficiencia del Modelo de Monetización:

- Se validó que la estrategia de **contenido orgánico** es una vía efectiva para captar clientes para que se interesen en promocionar sus plataformas a través de nuestros canales
- El modelo de **CPM con límite de pago** resultó escalable y atractivo para clientes grandes mientras que el fijo para plataformas que hasta ahora están empezando.
- La tarifa fija por video aseguró ingresos constantes con clientes de menor escala.

Por medio del piloto de ventas, pudimos validar que las estrategias de publicación de contenido en redes sociales como TikTok e Instagram pueden generar oportunidades comerciales reales. También se pudo confirmar que estas empresas están dispuestas a pagar por este tipo de servicios y que el modelo variable de CPM y el modelo de las tarifas fijas es viable.

A partir de los resultados obtenidos, es recomendable continuar con la publicación constante de contenido, optimizando de esta forma las estrategias de conversión y explorando nuevas alternativas para poder monetizar y escalar el negocio de Boost AI.

5.3.5 Validación financiera piloto

Costos y gastos general:

Figura 20: costos y gastos general validación financiera

Gastos fijos		
Rubro	Monto mensual	Monto anual
Capcut	\$ 7	\$ 83
VPN	\$ 5	\$ 65
Nómina Socio 1	\$ 438	\$ 5,256
Nómina Socio 2	\$ 438	\$ 5,256
Nómina Socio 3	\$ 438	\$ 5,256
Dominio + correo business	\$ 6	\$ 70
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -
Total	\$ 1,332	\$ 15,986

Nota: Fuente: Elaboración propia

Costos y gastos fijos totales:

Figura 21: Costos y gastos fijos totales validación financiera

Costos y gastos totales fijos		
Concepto	Valor mensual	Valor anual
Costos fijos	\$ -	\$ -
Gastos fijos	\$ 1,332.17	\$ 15,986.00
Total	\$ 1,332.17	\$ 15,986.00

Nota: Elaboración propia

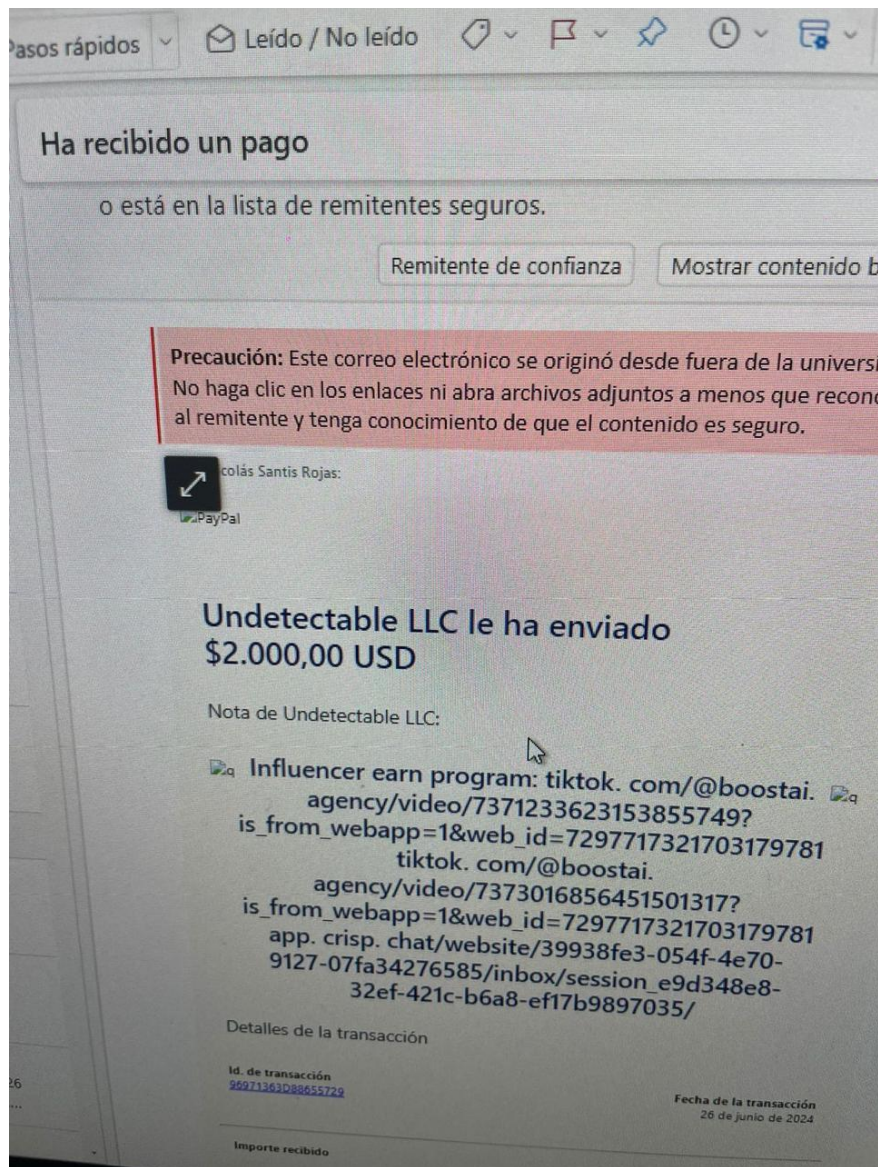
Utilidad cobro variable y fijo:

Figura 22: Punto de equilibrio con cobro variable y fijo

CPM						Fijo			
Concepto	CPM	Visualizaciones	Ingresos	Fee PayPal	Utilidad Bruta	Concepto	Precio	Fee PayPal	Utilidad Bruta
Undetectable AI Video 1	\$ 1.00	\$ 1,000,000.00	\$ 1,000.00	\$ 95.00	\$ 905.00	Piclumen Video 1	\$ 100.00	\$ 4.49	\$ 95.51
Undetectable AI Video 2	\$ 1.00	\$ 1,000,000.00	\$ 1,000.00	\$ 95.00	\$ 905.00	Piclumen Video 2	\$ 100.00	\$ 4.49	\$ 95.51
Total					\$ 1,810.00	Piclumen Video 3	\$ 100.00	\$ 4.49	\$ 95.51
						Total			\$ 286.53
Utilidad Neta	\$ 764.36								
%	36.46%								

Nota: Fuente: Elaboración propia

Figura 23: Pago Undetectable AI

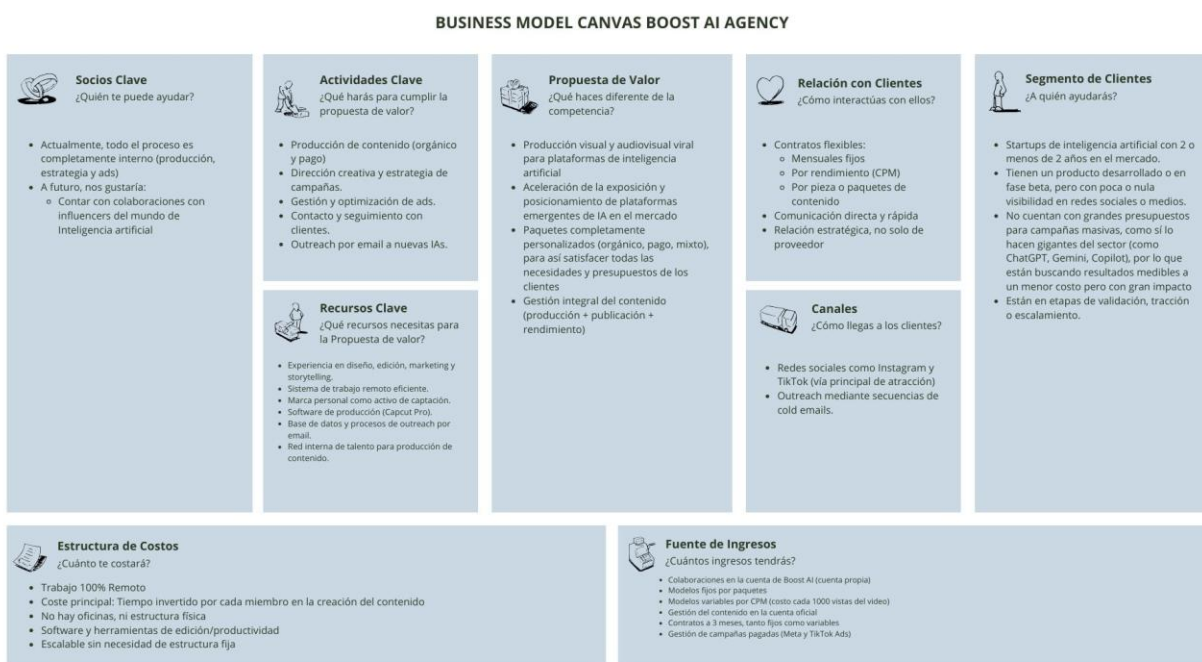


Nota: Fuente: Elaboración propia

6. MODELO DE NEGOCIO AMPLIADO

6.1 Business Model Canvas

Figura 24: Business Model Canvas



Nota: Fuente: Elaboración propia

Segmentación de Cliente:

Nuestro principal segmento son todas las empresas de inteligencia artificial emergentes con 2 o menos de 2 años en el mercado. Estas deben tener un producto desarrollado o mínimo en fase inicial del servicio, pero con poca exposición y visibilidad en redes sociales y en la industria en general. Dichas empresas no cuentan con grandes presupuestos para campañas masivas, como si lo pueden tener varios fuertes competidores que actualmente lideran la industria (como

ChatGPT, Copilot y Gemini). Nuestro segmento acá busca resultados medibles a un menor costo, pero de igual forma generando un grán impacto que es lo que podríamos ofrecer.

Relación con clientes:

Dentro de la agencia, manejamos una relación cercana y profesional con cada uno de nuestros clientes. Por ejemplo con la plataforma Undetectable AI, estamos trabajando como una agencia externa dentro de su organización, con comunicación frecuente a través de su slack y en ciertos casos, con reuniones semanales de seguimiento, asegurando de esta manera la transparencia y resultados medibles que queremos lograr. Además, manejamos contratos flexibles con el propósito de poder ajustar cada campaña a las necesidades y preferencias de cada uno de nuestros clientes y poder realmente cubrir las necesidades de cada uno.

Canales:

Nuestra principal vía para poder llegar a nuestros clientes son nuestras redes sociales, específicamente nuestras cuentas propias de TikTok e Instagram. Allí publicamos contenido regularmente, que permite a prospectos poder conocer nuestro trabajo y mostrar interés en la adquisición de nuestros servicios. Además, ofrecemos un canal de contacto directo a través de nuestro correo electrónico, en los que ya nos han contactado varias inteligencias artificiales. También, implementamos varias secuencias de outreach por medio de correos en frío para contactar a futuros leads que puedan estar interesados en nuestro servicio, algo que hicimos al principio de nuestro trayecto y tuvimos buenos resultados . Por otro lado, con nuestros clientes actuales, mantenemos contacto principalmente por correo, y de ser necesario, mediante llamadas de zoom periódicas.

Actividades Clave:

Nos enfocamos en producir contenido tanto orgánico como patrocinado para redes sociales en nuestras propias plataformas y en las cuentas oficiales de nuestros clientes como actividades clave de nuestra empresa. En nuestras campañas creativas y estratégicas buscamos adaptarnos a las tendencias actuales para mantener la relevancia de los contenidos y potenciar su capacidad de volverse virales. Gestionamos campañas publicitarias en TikTok Ads and Meta Ads optimizándolas constantemente. Además mantenemos una comunicación cercana constante tanto internamente dentro de la empresa como externamente con los clientes. Ejecutamos también secuencia de correos electrónicos en frío para atraer nuevos prospectos.

Recursos Clave:

Nuestros activos fundamentales abarcan un grupo de profesionales experimentados en diseño gráfico y storytelling que nos capacitan para llevar adelante campañas estratégicas y visualmente impactantes de forma efectiva. Contamos también con un sistema de trabajo remoto eficiente y una identidad personal que cumple la función de activar la marca y distribuir contenido. Para la producción audiovisual empleamos herramientas como CapCut Pro y llevamos adelante estrategias de contacto vía correo electrónico. Asimismo contamos en nuestra red internacional talentosos individuos dedicados al desarrollo de contenido innovador.

Socios Clave:

En la actualidad seguimos manejando internamente todo el proceso: desde la creación de contenidos hasta la elaboración de estrategias y la gestión de campañas publicitarias. Esta

estructura nos brinda un control total sobre la calidad y los resultados obtenidos. Sin embargo, en el futuro tenemos previsto asociarnos a una red de influenciadores especializados en inteligencia artificial para expandir nuestra presencia a nivel global y aumentar la visibilidad de nuestras campañas en diversos mercados alrededor del mundo.

Estructura de costos:

Nuestros costos son considerablemente menores en comparación a los de otros modelos convencionales porque funcionamos completamente de manera remota. El principal gasto para nosotros radica en el tiempo dedicado por cada integrante del equipo en la generación de contenido. No contamos ni siquiera con oficinas físicas o instalaciones y hacemos uso de herramientas digitales para la edición y la productividad. Este enfoque nos da la capacidad de expandirnos sin dificultad alguna sin requerir grandes inversiones iniciales o una infraestructura fija que resultaría costosa.

Fuente de Ingresos:

Nuestros ingresos provienen de diversas fuentes de ingresos en la agencia:

En primer lugar colaboraciones en nuestra propia cuenta; también ofrecemos contratos fijos por paquetes de contenido y modelos variables basados en el rendimiento que se facturan por CPM (coste por cada 1 000 vistas). Además de gestionar el contenido de las cuentas oficiales de empresas de inteligencia artificial a través de contratos trimestrales tanto fijos como variables y ofrecemos servicios para administración de campañas pagadas en plataformas como Meta Ads y TikTok Ads.

Propuesta de valor:

Nuestro enfoque estratégico en exposición y posicionamiento a través de contenido orgánico es lo que nos distingue de la competencia. Somos una agencia especializada exclusivamente en el mercado de inteligencia artificial y nos enfocamos en aumentar la visibilidad de las plataformas emergentes. Ofrecemos paquetes personalizados según las necesidades y presupuestos de cada cliente; ya sea orgánico, pago o mixto. Además, nos encargamos de la gestión integral del contenido: producción, publicación, optimización y análisis del rendimiento de cada campaña.

6.2 Verbalización del Modelo de Negocio**Somos una empresa que ofrece:**

Servicios de producción, gestión y viralización de contenido orgánico y pago a través de redes sociales.

Para:

Plataformas de inteligencia artificial emergentes que buscan incrementar su exposición, tráfico y posicionamiento en el mercado.

Lo hacemos a través de:

Campañas de contenido colaborativo desde nuestra propia cuenta y desde las cuentas oficiales de las inteligencias artificiales, ofreciendo de este modo paquetes de contenido, contratos variables (CPM), y por estrategias de contenido con implementación de Meta Ads y TikTok Ads.

Y nuestra relación con ellos es:

Flexible completamente adaptada a sus necesidades, mediante contratos fijos o variables, por piezas de contenido o por medio de campañas a mediano plazo (normalmente de 3 meses), que nos permiten medir efectivamente los resultados.

Esto es posible porque contamos con:

Un equipo creativo con experiencia en creación de contenido viral para redes sociales, habilidades de storytelling visual y técnico, herramientas de edición, manejo experto de redes sociales, y una cuenta propia que atrae constantemente a nuevos clientes.

Y porque hacemos mejor que nadie:

La transformación de productos complejos de inteligencia artificial en contenido viral y visualmente atractivo, generando de esta forma resultados orgánicos reales sin necesidad de grandes presupuestos destinados a publicidad.

Nuestros aliados permiten que:

En el futuro, podamos contar con una gran cantidad de influencers en el mercado de IA para potenciar en mayor medida nuestras campañas, amplificando de igual manera el alcance de nuestros clientes de inteligencia artificial.

Y así logramos:

Que las plataformas de inteligencia artificial emergentes pasen de ser desconocidas a posicionarse como referentes en su categoría, generando un aumento en su tráfico, su cantidad de usuarios y reputación en poco tiempo.

6.3 Matriz DOFA

Figura 25: Matriz DOFA



Nota: Fuente: Elaboración propia

6.3.1 Análisis Interno

Para este punto daremos los aspectos claves y su puntuación del 1-5.

Evaluación de recursos y capacidades

En la parte de recursos digitales, Boost AI cuenta con herramientas de creación de contenido como CapCut, Canva, TikTok Ads y plataformas de edición impulsadas por inteligencia artificial. Esto facilita lograr eficiencia y resultados de calidad sin requerir grandes inversiones ya que la más costosa de estas herramientas solo tiene un valor de \$8 dólares al mes, por esto le damos la puntuación de 5

Para el capital de trabajo, en la actualidad, la empresa se encuentra en un entorno de capital limitado ya que en el momento solo somos 3 creadores de contenido que hacemos todo, y por el momento no tenemos la capacidad de contratar un empleado, por esto le damos una puntuación de 2.

Para los recursos humanos, el grupo posee conocimientos previos en el manejo de TikTok e Instagram y en la elaboración de contenido viral lo cual nos otorga una ventaja competitiva notable ya que podemos mostrar nuestra experiencia con resultados precisos, por esto le damos puntuación de 3.

Análisis de Beneficios Competitivos

Para la segmentación específica en IA, se destaca la atención en un sector emergente como la inteligencia artificial y al enfocarnos solamente en este nicho, generamos una solución específica para este tipo de plataformas, por esto le damos puntuación de 5.

Para la propuesta de monetización, tenemos una muy buen modelo de monetización para la cuenta ya que no tenemos solo un enfoque fijo de 3 videos por \$300 si no también el CPM en donde el cliente paga exactamente por lo que generamos, por esto le damos puntuación de 4.

Evaluación de la propuesta de valor:

Ya para la propuesta de valor, Boost AI aborda de manera efectiva la carencia de contenido natural para plataformas de inteligencia artificial al enfocarse en construir una comunidad y crear contenido atractivo para estas plataformas, por esto le damos puntuación de 4.

Análisis Financiero:

Ingresos y rentabilidad (3): A pesar de que el modelo podría ser rentable en teoría, sigue en fase de validación y expansión; por ende los ingresos son fluctuantes, sin embargo nuestra rentabilidad es muy alta considerando que tenemos costos muy bajos.

Análisis de peligros y reducción de riesgos

Riesgo de Depender de Tendencias (3): Existe un riesgo significativo asociado a depender demasiado de temas particulares como la inteligencia artificial (IA). No obstante el equipo se mantiene alerta ante posibles cambios y está preparado para adaptarse rápidamente.

Escalabilidad y Posibilidad de Expansión:

Escalabilidad (5): La capacidad de crecimiento es notablemente amplia dado que el servicio puede ser duplicado en diferentes plataformas y mercados sin necesidad de invertir grandes cantidades de recursos adicionales.

Fortalezas Priorizadas:

1. Conocimiento especializado en IA y contenido digital
2. Propuesta de valor clara y diferenciada
3. Experiencia previa en manejo de comunidades en TikTok e instagram

Debilidades Priorizadas:

1. Limitado capital de trabajo
2. Dependencia del modelo de ingresos por comisión
3. Ingresos aún inestables

Estrategias para Fortalezas:

- Potenciar alianzas con plataformas emergentes de IA para posicionarse como partner de contenido o growth partner
- Crear una página de casos de éxito que permita mostrar resultados tangibles a futuros clientes, como experiencias con clientes que hayan tenido muy buenos resultados

- Aprovechar el historial de viralidad para construir credibilidad en nuevos mercados.

Estrategias para Debilidades:

- Buscar inversores o convocatorias de fondos para emprendimientos digitales.
- Incorporar modelos de ingreso alternativos como cursos o workshops acerca de IA para no depender únicamente de las plataformas de IA como tal
- Implementar estrategias de retención y planificación financiera mensual.

6.3.2 Análisis Externo

Se realiza el diagnóstico externo de nuestra agencia Boost AI para identificar las oportunidades y amenazas provenientes del entorno, incluyendo el mercado, la competencia, factores regulatorios y tendencias tecnológicas importantes para nuestro modelo de negocio.

Análisis del Mercado Objetivo

- Tamaño del mercado (5): El mercado de plataformas IA crece exponencialmente; cada semana surgen nuevas soluciones y plataformas, lo que supone nuevos clientes
- Demanda de contenido (5): Existe una necesidad urgente de contenido educativo, humanizado y de storytelling para estas plataformas que todavía no saben como hacerlo ni cómo conectar con su mercado objetivo

Análisis de la Competencia

Para la competencia directa, existen muy pocas agencias que se especializan en inteligencia artificial. La competencia indirecta incluye en mayor medida los influencers y freelancers enfocados en la creación de contenido de IA y tecnología, pero careciendo de un modelo robusto. Por esto, damos un puntaje de 2.

Para la diferenciación, Boost AI se posiciona como socio estratégico de crecimiento, no solo como proveedor de contenido. Teniendo esto en cuenta, el puntaje es de 4.

Evaluación de Oportunidades y Amenazas

Dentro de los avances tecnológicos, cada nueva plataforma requiere comunicación clara, lo que crea demanda constante para Boost AI. A esto le damos un puntaje de 5.

Para la saturación de IA, a pesar del auge, muchas plataformas repiten mensajes sin diferenciación, generando de esta forma fatiga. Damos un puntaje de 3.

Entorno Económico y Regulatorio

Para la regulación en IA, actualmente es laxa, pero podría cambiar. La flexibilidad actual permite experimentar sin restricciones en redes sociales. Es por esto que damos un puntaje de 4

Factores Socioculturales

Para la adopción social de IA, aunque va en aumento, persisten recelos sobre el uso de IA en educación y escritura. Por esto, damos una puntuación de 3.

Oportunidades Priorizadas

Nuestras oportunidades priorizadas son la exposición del mercado de inteligencia artificial en redes sociales, sobre todo de las IA emergentes, la alta demanda de contenido educativo para las plataformas de IA y también la poca competencia en la especialización dentro de este nicho.

Amenazas Priorizadas

Las amenazas priorizadas incluyen los cambios dentro del algoritmo de TikTok, la posible saturación del contenido de IA en el futuro ya que cada vez hay más creadores acerca de esto y la dependencia que podemos tener al trabajar con startups con bajo presupuesto que afecta directamente nuestra rentabilidad, ya que muchas de ellas no tienen tantos recursos.

Estrategias para Oportunidades

La primera estrategia es poder encontrar nuevas plataformas de inteligencia artificial semanalmente para poder ofrecer paquetes de servicios por medio de secuencias de correos en frío. La segunda estrategia es la creación de paquetes educativos con elementos como

storytelling y call to actions que sean efectivos. Finalmente, nuestra última estrategia es la consolidación de la marca como una agencia de contenido exclusivamente para IA.

Estrategias para Amenazas

La primera estrategia es poder diversificar hacia otras plataformas para poder posicionarnos de forma más completa, en plataformas como Youtube shorts en la que todavía no tenemos presencia. La segunda estrategia es la constante renovación de los formatos de videos, enfocando el mensaje a las nuevas tendencias.

6.4 Estrategia de Marketing

6.4.1 Definición de TAM SAM SOM

TAM:

El mercado total disponible en el área de inteligencia artificial muestra un gran crecimiento en los últimos años, abarcando varias industrias y mercados como por ejemplo marketing, las finanzas, la salud, educación y comercio. Según datos de *Statista (2024)*, se estima que este mercado puede alcanzar los 244 mil millones de dólares en 2025, reflejando de esta manera su

grán tamaño actual y su proyección de expansión en los próximos años, lo cual es muy beneficioso para nuestra agencia. Esto demuestra las oportunidades en relación con la inteligencia artificial, como esta industria al estar en tan grande crecimiento, cada año hay más plataformas nuevas que buscan poder posicionarse en el mercado.

SAM:

Dentro del grán mercado dentro de la inteligencia artificial, el mercado para nuestra agencia de marketing se enfoca en empresas de IA que busquen posicionarse en el mercado latinoamericano, específicamente plataformas que sean emergentes y poco conocidas en esta región. Un informe de *IBM (2024)* ha indicado que el 67% de las empresas en Latino América han acelerado su adopción de inteligencias artificiales en los últimos 2 años, evidenciando una clara tendencia hacia la implementación de estas tecnologías. De estas plataformas de IA, las que tienen más auge son las desarrolladoras de videos, imágenes, entre otros que buscan ampliar su exposición en regiones latinoamericanas y aumentar su tráfico orgánicamente.

SOM:

Teniendo en cuenta el mercado actual que puede tener nuestra agencia, podemos trabajar activamente con 10 clientes en los próximos 2 años, considerando un contrato promedio mensual de 1500 USD por cliente. Esto puede resultar en ingresos anuales aproximados de 180,000 USD . Estos cálculos se basan en ventas previas y los modelos de negocio que hemos podido manejar en el pasado, siendo este el promedio del dinero que estas inteligencias artificiales están dispuestas a pagar por nuestros servicios.

6.4.2 Funnel de Ventas y Actividades Comerciales

Introducción al funnel de ventas de Boost AI

El funnel de ventas de nuestra agencia Boost AI está diseñado para captar, convertir y fidelizar a plataformas de inteligencia artificial interesadas en crecer su presencia en redes sociales, especialmente TikTok e Instagram. El embudo se estructura en cinco etapas: **Atracción, Interés, Deseo, Acción (Conversión) y Fidelización**, y en cada una se desarrollan actividades como las siguientes:

Etapa 1: Atracción

El objetivo de esta etapa es atraer la atención de potenciales clientes (plataformas de IA) que necesitan aumentar su visibilidad orgánica en redes sociales y puedan ver el valor de esta para poder crecer su número de usuario y brand recognition.

Actividades comerciales:

- Publicación constante de contenido en TikTok e Instagram promocionando plataformas de IA de manera entretenida para que pueda llamar la atención y que sean virales, basándonos en trends y usos muy interesantes para nuestra audiencia
- Optimización del perfil de la agencia en TikTok e Instagram con CTA claros para que plataformas de IA puedan contactarnos, como poder tener nuestro correo profesional en la descripción de nuestro perfil

- Participación con nuestra comunidad en redes sociales como mandar directamente el Link de una plataforma de IA que se esté promocionando para poder mostrar específicamente los resultados de tráfico que logramos.

Etapa 2: Interés

El objetivo de esta etapa es generar curiosidad y una primera conexión impresión o interés por parte de una plataforma de IA, donde hayan visto nuestros videos, evidenciando los resultados y que tengan interés en colaborar como primera instancia.

Actividades comerciales:

- Envío de mensajes directos personalizados (outreach) a fundadores y CMOs de plataformas de IA usando información específica de su empresa.
- Landing page con video explicativo y testimonios breves sobre cómo Boost AI ha ayudado a otras plataformas.
- Se recibe correo directamente por parte de una plataforma de IA con intención de colaborar como creador de contenido tipo “influencer” para tener una primera relación con el cliente

Etapa 3: Deseo

El objetivo de esta etapa es lograr que el cliente potencial desee contratar nuestro servicio de crear contenido para su marca después de haber colaborado primero como creador de contenido en nuestra cuenta.

Actividades comerciales:

Para esta etapa de deseo queremos hacer una llamada o videollamada de diagnóstico gratuita para conocer su marca y explicar estrategias personalizadas. De igual forma el envío de propuestas personalizadas con proyecciones de visualizaciones, engagement y posible crecimiento en seguidores, mostrando los casos de éxito detallados mostrando métricas de antes y después y tener la estrategia en donde los primeros 6 videos son completamente gratis para ellos.

Etapa 4: Acción (Conversión)

El objetivo de esta etapa es lograr cerrar la venta y comenzar la prestación del servicio.

Actividades comerciales:

Para este paso, ya entraríamos en la firma de contrato o acuerdo digital en donde se exprese la facturación mensual clara y transparente. Y así empezar el onboarding del cliente en donde se de la explicación del proceso, calendario de entregas y sistema de feedback.

Etapa 5: Recompra / Fidelización

El objetivo de esta etapa es mantener una relación a largo plazo y aumentar el valor del cliente.

Actividades comerciales:

En esta etapa ya se haría el envío mensual de informes de rendimiento con recomendaciones de mejora, las llamadas de seguimiento cada 30 días para evaluar resultados y ajustar la estrategia y también la actualización constante sobre nuevas tendencias en TikTok e ideas de contenido que el cliente puede aplicar.

Figura 26: Funnel de Ventas



Nota: Fuente: Elaboración propia

6.4.3 Estrategias de Marketing digital y Marketing Offline

Etapa de atracción

En este momento nos enfocamos en atraer nuevos clientes mediante la publicación constante de contenido relevante sobre inteligencia artificial en nuestras redes sociales como TikTok e Instagram. De esta manera buscamos destacar noticias recientes e historias de éxito en nuestro sector específico mientras presentamos herramientas útiles e incorporamos tendencias populares. Todo el contenido está diseñado para entretener al mismo tiempo que ofrece

información valiosa para aumentar nuestra visibilidad de forma natural. Además de eso en este contenido añadimos instrucciones directas para ponerse en contacto y direcciones de correo electrónico visibles.

Igualmente podemos generar más clientes potenciales mediante el envío de una serie de correos electrónicos personalizados que resulten atractivos para ellos; es importante incluir llamadas a la acción directas que los motiven a interactuar de manera positiva. Además de esto resultará beneficioso añadir enlaces directos a nuestro sitio web así como a nuestras redes sociales para que puedan constatar la amplitud de nuestros servicios ofrecidos así como nuestra experiencia en el mercado.

Etapas de interés

Una vez que hemos despertado el interés de nuestros clientes potenciales, a continuación implementamos estrategias de contacto directas como el envío de correos electrónicos fríos dirigidos a los CEOs y responsables de marketing de empresas de inteligencia artificial, donde mencionamos aspectos relevantes sobre sus plataformas, y al mismo tiempo ofrecemos nuestros servicios. También incluimos un video explicativo personalizado para captar mayor atención y así aumentar las probabilidades de que acepten adquirir nuestros servicios.

Etapas de Deseo

En esta etapa, nuestro objetivo es despertar el interés del cliente potencial para que desee adquirir nuestros servicios después de experimentar todas nuestras capacidades creativas. Coordinamos videollamadas y realizamos un diagnóstico, donde brindamos una primera asesoría gratuita y mostramos ejemplos totalmente personalizados. Asimismo, producimos los primeros 6

videos sin costo alguno como una prueba de valor y confianza, con la inclusión de proyecciones de visualizaciones y nuestros casos de éxito tangibles

Etapa de Conversión

Una vez el cliente se encuentre listo para iniciar con nuestro vínculo, se formaliza un acuerdo por medios digitales con contratos adaptados a sus necesidades (fijos o variables). Luego, implementamos un proceso que incluye una programación de entregas y estructuración de la campaña, herramientas de retroalimentación colaborativa como Slack o WhatsApp Business, de forma que mantengamos todo de forma digital y transparente.

Etapa de Fidelización

Por último, nuestro objetivo es poder mantener relaciones a largo plazo con nuestros clientes, implementando estrategias de fidelización, al hacer reportes mensuales de rendimiento, damos recomendaciones de mejora e incluso hacemos llamadas de seguimiento para estar al tanto del progreso y la continuidad de nuestro vínculo. De igual forma así como tenemos un plan de videos gratis para el primer mes en el que firmemos contrato con una empresa, este mismo tipo de estrategia de fidelización queremos hacer con las empresas que duren más de un # de meses con nuestros servicios.

Todas nuestras decisiones están completamente respaldadas por herramientas digitales de productividad, edición de contenido y análisis, lo que nos permite poder escalar sin recurrir a ningún tipo de estructura física ni inversiones elevadas. Esta estrategia nos permite poder optimizar cada fase del funnel de una manera mucho más eficiente y de manera digital

totalmente, generando de esta forma resultados medibles y tangibles para todos nuestros clientes en el nicho de IA.

6.4.4. Métricas de alcance y conversión para actividades comerciales, estrategia digital y estrategia offline

Para poder demostrar nuestras métricas de alcance y conversión, se dividieron de esta manera:

Estrategia digital

(TikTok e Instagram)

Alcance orgánico

Métrica: Visualizaciones totales por video

Fórmula: Suma de vistas de contenido / Total de videos publicados

Tasa de engagement

Métrica: Interacciones (likes + comentarios + compartidos)

Fórmula: (Interacciones / Vistas) x 100

CTR (Click Through Rate) en enlaces

Métrica: Clics en enlaces de bio o mensajes

Fórmula: $(\text{Clics} / \text{Alcance}) \times 100$

Conversiones digitales

Métrica: Leads generados desde contenido

Fórmula: Formularios completados o mensajes recibidos

Tasa de conversión a cliente

Métrica: Nuevos clientes / leads

Fórmula: $(\text{Clientes nuevos} / \text{Leads generados}) \times 100$

Actividades comerciales (funnel de ventas)**Tasa de respuesta a mensajes de contacto**

Fórmula: (Respuestas / Mensajes enviados) x 100

Tasa de cierre de ventas

Fórmula: (Clientes que firmaron / Reuniones realizadas) x 100

Tiempo promedio de conversión

Fórmula: Fecha de cierre - Fecha de primer contacto

Estas son nuestras métricas de alcance más importantes y llevaremos a cabo para evaluar nuestras acciones de captación de clientes y acciones comerciales para poder mejorar nuestra oferta y revisar cuáles acciones estamos haciendo bien y que otras puedan mejorar.

6.5 Estrategia Comercial

6.5.1 Construcción de marca

Postura de Marca (Mensaje que quiere transmitir)

El mensaje que la agencia busca transmitir es la exclusividad que tenemos en el mercado de IA. Además, el objetivo de Boost AI es claro, concentrándose en la expansión y aceleración de la implementación de inteligencia artificial a nivel global por medio de la generación y

publicación de contenido viral de alto valor. Más que una agencia, nos identificamos como aliados estratégicos encargados de la evolución tecnológica y el aumento de la inteligencia artificial en el top of mind del mundo. De igual manera, nuestro mensaje se refuerza por medio de la confianza y la capacidad que tenemos para innovar e impulsar empresas que estén en búsqueda de un crecimiento exponencial y un aumento en su posicionamiento dentro del mercado de inteligencia artificial.

Personalidad de la Marca

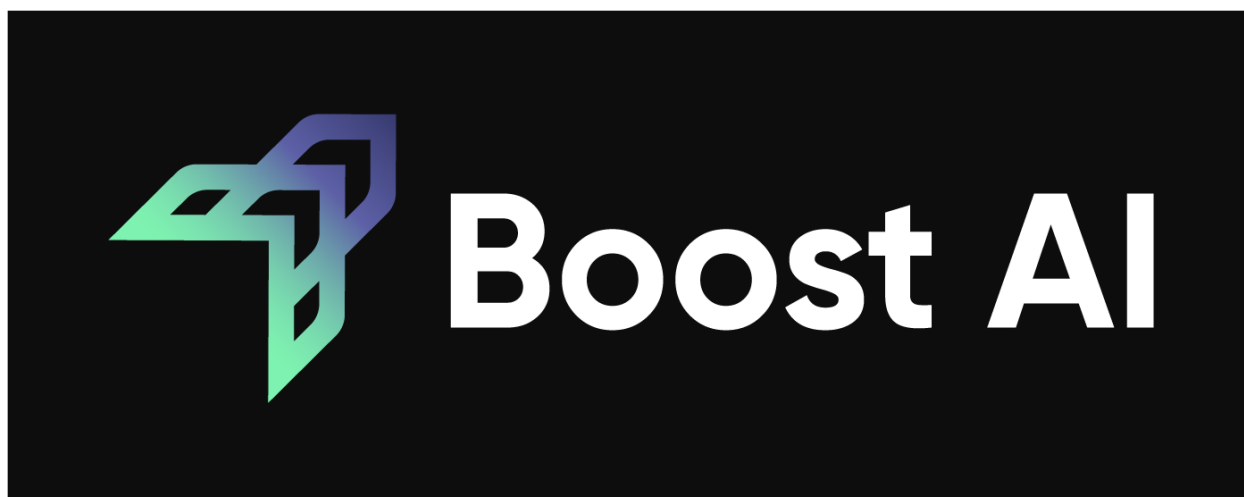
Nos identificamos como una marca profesional y futurista cercana a sus clientes. Somos una agencia innovadora y clara que utiliza lenguaje simple y comprensible para todos. Además, mostramos pasión en cada pieza de contenido, siendo no solo confiables, sino también estratégicos y cercanos a la audiencia objetivo, teniendo la capacidad de adaptarnos a las tendencias y enfocando nuestros esfuerzos en la optimización del contenido por medio de datos cuantitativos.

Características únicas

Dentro de las características únicas en la agencia, se destaca el diseño visual. Nuestro logo es un cohete con formas geométricas y minimalistas, haciendo alusión al impulso y aceleración del posicionamiento de las inteligencias artificiales. Asimismo, usamos Gilroy, una tipología moderna presente en muchas empresas tecnológicas. Además, la paleta de colores presentes incluyen negro, azul y agua marina, siendo colores que están muy presentes en la

industria tecnológica y futurista. En conjunto, formamos una marca sólida que no solo es atractiva visualmente, sino también apegada a la industria de la inteligencia artificial.

Figura 27: Logo de Boost AI



Nota: Fuente: Elaboración propia

Si fueras una persona real ¿cómo te describirías?

Si Boost AI fuese una persona real, sería una persona joven y valiente que destaca por su visión de futuro y su profundo conocimiento en el ámbito empresarial y tecnológico. Además, destacaría por su enfoque analítico y transmite confianza y empatía.

¿De qué manera la marca se expresaría?

La forma de comunicarnos es de manera segura y cercana con el mercado, como si la audiencia estuviera hablando con un amigo. La marca es completamente empática y profesional, conectando emocionalmente y dejando de lado las estructuras de contenido 100% corporativas,

buscando entretener por encima de vender. Además, somos concretos con la información publicada al mercado, usando datos cualitativos y cuantitativos para informar de manera clara sin recurrir a ser complejos con el vocabulario o términos técnicos.

¿Cuál sería la forma de vestir de esa marca?

El estilo de la agencia sería completamente sofisticado sin dejar la simplicidad de lado. Usaría prendas básicas y modernas con tonos oscuros y neutros. Podría estar más cercano al estilo old money o business casual.

Canales de Comunicación Favoritos

Los canales de comunicación se centran principalmente en las redes sociales como TikTok e Instagram principalmente, en el que se consume contenido rápido y fácil de digerir. Por medio de estos canales, no es necesario recurrir a estructuras complicadas para comunicarnos, siendo en todo momento directos y claros, a la vez que entretenemos.

Tonos que elegiría la marca

Boost Ai tiene tonos establecidos en su paleta de colores, en los que vemos el negro, el azul y el aguamarina brillante. El color principal dentro de la marca es el negro, en el que buscamos expresar elegancia y modernidad. Por otro lado, el azul y el aguamarina buscan resaltar, siendo no solo colores que se relacionan con la tecnología, sino que también reflejan modernidad, siendo una marca que está al tanto de las nuevas tendencias.

6.5.2. Plan y presupuesto de lanzamiento

El lanzamiento de Boost AI se realizó de manera 100% orgánica, utilizando únicamente redes sociales como TikTok e Instagram para dar a conocer la propuesta de valor de la agencia enfocada únicamente en inteligencia artificial. No se contó con un presupuesto destinado, ya que no se utilizaron aplicaciones de pago ni herramientas promocionales externas como además de ningún estilo. Todo el crecimiento y visibilidad inicial se logró a través de contenido propio publicado en estas plataformas y con crecimiento puramente orgánico.

Análisis previo al lanzamiento

- **Audiencia:** Fundadores y equipos de marketing de plataformas de inteligencia artificial interesados en generar comunidad orgánica y aumentar conversiones mediante contenido en redes
- **Mensaje:** Boost AI ayuda a plataformas de IA a destacar en redes sociales mediante contenido creativo, educativo y enfocado en viralidad y conversión.
- **Canales de comunicación:** TikTok Instagram e Email

Validación del servicio

Antes del lanzamiento oficial, se realizaron publicaciones para medir el interés del mercado y entender qué tipo de contenido genera más interacción. Esta etapa permitió validar la propuesta de valor y ajustar el enfoque creativo que queríamos tener.

Plan de acción de lanzamiento

Tabla 2: Plan de acción de lanzamiento

Táctica	Actividad	Responsable	Medio	Presupuesto
Atraer atención inicial	Publicación de videos en TikTok con contenido educativo y de tendencia	Equipo Boost AI	TikTok	\$0
Reforzar presencia	Publicación de reels en Instagram adaptando contenido de TikTok	Equipo Boost AI	Instagram	\$0
Crear canal de contacto	Incluir links de contacto directo en biografías (WhatsApp, DM, Gmail)	Equipo Boost AI	TikTok e Instagram	\$0
Captar primeros leads	Responder mensajes y agendar videollamadas	Alejandro Ospina	WhatsApp / Zoom	\$0

Nota: Elaboración propia

Resumen de presupuesto

Boost AI no contó con un presupuesto asignado para el lanzamiento. Todas las acciones fueron realizadas de manera orgánica, aprovechando el potencial viral de TikTok e Instagram, sin costos asociados.

6.7 Validación Financiera

6.7.1 Margen de contribución por servicio

Para determinar el margen de contribución de la agencia, debemos tener en cuenta los modelos de precios que hemos definido.

Figura 28: Margen de Contribución

Servicios

Planes fijos	Precio (USD)
1 Video	150
3 Videos	300

Modelo CPM	
CPM	1 USD / 1k vistas
Tope	1 Millón de Vistas

Modelo	Clientes	ingreso mensual (USD)	Costo Variable (USD)	Margen de contribución mensual (USD)	MC %
Planes fijos	4	1200	0	1200	100%
Modelo CPM	3	1800	0	1800	100%
Total	7	3000	0	3000	

Nota: Fuente: Elaboración propia

En primer lugar, tenemos los servicios por medio de planes fijos. Con este modelo de precios, las plataformas de inteligencia artificial pagan una tarifa fija por la producción de 1 o más videos, dependiendo de los solicitados por el cliente. Actualmente, se manejan precios por la generación de 1 video (precio de 150 USD) y por paquetes de 3 videos (precio de 300 USD). Cabe destacar que en este modelo de precios no hay tasas variables, por lo que la tasa permanece fija independientemente del rendimiento que este video obtenga. Normalmente, este suele ser el

modelo de precios para clientes nuevos que prefieren la implementación de paquetes fijos antes de pasar al segundo modelo de precios.

El segundo modelo de precios es por medio de CPM, en el que el cliente paga no por la producción del video, sino exclusivamente por el rendimiento del mismo. Actualmente, las tasas son de 1 USD por cada 1000 vistas generadas, con un tope de 1 millón de vistas. Este modelo de precios es el que la agencia ha establecido por

6.7.2 Punto de equilibrio en unidades y dinero por producto o servicio

Figura 29: Punto de Equilibrio

Modelo de servicio	Precio por unidad	Costos variables por unidad	Margen de contribución por unidad	Costos fijos mensuales	PE (unidades)	PE Aproximado	PE (dinero)
Paquete fijo (3 videos)	300	\$ 0	\$ 300	\$ 666,39	2,22	3,00	\$ 666,39
Modelo variable (CPM - 600k vistas)	600	\$ 0	\$ 600	\$ 666,39	1,11	2,00	\$ 666,39

Nota: Fuente: Elaboración propia

Esta tabla muestra el análisis del punto de equilibrio de nuestra agencia, que nos permite entender cuánto debemos vender como mínimo para cubrir todos nuestros costos fijos mensuales. Considerando que nosotros no vendemos productos sino servicios de creación de contenido en video, cada “unidad” vendida representa un servicio de video entregado al cliente.

Para esto planteamos dos modelos de servicio:

1. **El paquete fijo**, en el que ofrecemos 3 videos por \$300
2. **El modelo variable por vistas (CPM)**, en este caso promediamos 600k vistas por video, por lo que tomamos esta cifra como promedio

En ambos casos, los costos variables por unidad son nulos, lo que significa que cada venta representa un margen de contribución completo (\$300 en el modelo fijo y \$600 en el modelo variable). Los costos fijos mensuales de la operación se estiman en \$666,39, y son los mismos para ambos modelos.

Con esta información calculamos el punto de equilibrio (PE), que es la cantidad mínima de ventas necesaria para no generar pérdidas.

Este análisis nos da una base clara para tomar decisiones: sabemos exactamente cuánto debemos vender para que el negocio se sostenga, y cuál de los dos modelos permite llegar más rápido a ese equilibrio.

6.7.3. Flujo de caja mensual a dos años

Figura 30: Flujo de Caja Mensual a 2 Años

Flujo de Caja 2024-2025

	Valor (USD)
Ingresos Netos Totales	\$ 16.244,81
Gastos fijos	\$ 7.996,64
Flujo de Caja Neto	\$ 8.248,17

Fujo de Caja 2025-2026

Mes	Clientes Fijos	Ingreso Fijos	Clientes CPM	Ingreso CPM	Ingreso Total	Egresos Fijos	Costo Editor	Flujo Neto
jun-25	3	\$ 1.500,00	3	\$ 2.100,00	\$ 3.600,00	666,386667	\$ 240	\$ 2.694
jul-25	3	\$ 1.500,00	3	\$ 2.100,00	\$ 3.600,00	1380,38667	\$ 240	\$ 1.980
ago-25	3	\$ 1.500,00	3	\$ 2.100,00	\$ 3.600,00	1380,38667	\$ 240	\$ 1.980
sep-25	3	\$ 1.500,00	3	\$ 2.100,00	\$ 3.600,00	1380,38667	\$ 240	\$ 1.980
oct-25	4	\$ 2.000,00	4	\$ 2.800,00	\$ 4.800,00	1380,38667	\$ 320	\$ 3.100
nov-25	4	\$ 2.000,00	4	\$ 2.800,00	\$ 4.800,00	1380,38667	\$ 320	\$ 3.100
dic-25	4	\$ 2.000,00	4	\$ 2.800,00	\$ 4.800,00	1380,38667	\$ 320	\$ 3.100
ene-26	4	\$ 2.000,00	4	\$ 2.800,00	\$ 4.800,00	1380,38667	\$ 320	\$ 3.100
feb-26	5	\$ 2.500,00	5	\$ 3.500,00	\$ 6.000,00	1380,38667	\$ 400	\$ 4.220
mar-26	5	\$ 2.500,00	5	\$ 3.500,00	\$ 6.000,00	1380,38667	\$ 400	\$ 4.220
abr-26	5	\$ 2.500,00	5	\$ 3.500,00	\$ 6.000,00	1380,38667	\$ 400	\$ 4.220
may-26	5	\$ 2.500,00	5	\$ 3.500,00	\$ 6.000,00	1380,38667	\$ 400	\$ 4.220
jun-26	5	\$ 2.500,00	5	\$ 3.500,00	\$ 6.000,00	1380,38667	\$ 400	\$ 4.220

Ingresos Totales	\$ 63.600,00
Gastos fijos totales	\$ 21.471
Flujo Neto Total	\$ 42.129
% utilidades	66,24%

Modelos	Precios
Fijos	500 usd por un paquete de 3 Videos
CPM	1 usd /1000 vistas pero con un precio base de producción por 100 usd

Nota: Fuente: Elaboración propia

Durante el primer año de operación, la agencia logró un flujo de caja neto positivo de \$8.248,17 USD, lo que refleja una buena salud financiera desde el arranque. Los ingresos netos totales alcanzaron los \$16.244,81 USD, mientras que los gastos fijos se mantuvieron controlados en \$7.996,64 USD, permitiendo un margen operativo sólido sin comprometer la liquidez.

Este flujo de caja proyectado hasta junio de 2026 representa el comportamiento financiero esperado de nuestra agencia, combinando los dos modelos de ingresos que tenemos a día de hoy que es el modelo fijo, en el que se cobra por paquete de tres videos y el modelo CPM, en el que se

cobra por cada mil visualizaciones generadas. Actualmente ya tenemos más de 200.000 seguidores combinando nuestras dos redes, pero para ese momento estimamos poder alcanzar el medio millón de seguidores, lo que nos permitirá aumentar el valor de nuestros paquetes fijos de \$300 a \$500 por tres videos, gracias al mayor alcance que podamos tener. Esta proyección también contempla un crecimiento en el número de clientes mensuales, tanto fijos como por CPM, lo que se traduce en ingresos totales de \$63.600 durante el final de este periodo. Con estos gastos fijos controlados y costos operativos de acuerdo al volumen de producción, se espera un flujo neto acumulado de \$42.129, equivalente a una rentabilidad del 66,24% como se puede ver en el excel. Cabe recalcar que ya para este momento se debe considerar la contratación de un editor para no tener más carga para cada miembro de equipo. Esta proyección nos demuestra que bajo esta estructura operativa, la agencia no solo es rentable, sino que escala de manera saludable y sostenible en el tiempo, manteniendo una relación eficiente entre ingresos y egresos.

6.7.4. Informes financieros

6.7.4.1 Balance general

Figura 31: Balance General

	año 1	año2
Concepto	Valor (USD)	Valor (USD)
Activos Corrientes		
- Caja y Bancos	8060,67	\$ 32.721,68
- Cuentas por Cobrar	\$ -	
Total Activos Corrientes	\$ 8.060,67	\$ 32.721,68
Activos No Corrientes		
- Equipos de Cómputo	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Depreciación acumulada		\$ 187,50
Total Activos No Corrientes	\$ 1.500,00	\$ 1.312,50
TOTAL ACTIVOS	\$ 9.560,67	\$ 34.034,18
Concepto	Valor (USD)	Valor (USD)
Pasivos Corrientes		
Total Pasivos Corrientes	\$ -	\$ -
Pasivos No Corrientes	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ -	\$ -
Concepto	Valor (USD)	
- Capital Aportado	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Resultado del ejercicio	\$ 8.060,67	\$ 32.534,18
TOTAL PATRIMONIO	\$ 9.560,67	\$ 34.034,18
Encuadre	\$ -	\$ -

Nota: Fuente: Elaboración propia

Acá se evidencia el balance general que resume cómo va creciendo y consolidándose financieramente el proyecto durante los dos primeros años. En el primer año, lo que se refleja como “Caja y Bancos” (más de 8 mil dólares) corresponde al flujo neto que ha ido quedando después de cubrir todos los gastos que ha tenido la agencia durante su primer año de operación.

Además, se registra una inversión en equipos de cómputo por \$1.500 que se utilizaron para poder tener computadores para el proceso de edición ideales, que claramente empieza a depreciarse con el tiempo y al cierre del segundo año ya muestra una pérdida de valor por \$187,50. Por eso, el total de activos no corrientes baja un poco en el segundo año, pero el activo total sigue aumentando notablemente, alcanzando más de \$34 mil dólares al finalizar el segundo periodo teniendo en cuenta el crecimiento que esperamos tener analizado anteriormente. Lo resaltante es que no se han registrado deudas: ni préstamos ni cuentas por pagar, lo cual muestra que la agencia ha funcionado completamente con capital propio. Ese capital, que es de \$1.500, se complementa con las ganancias que ha generado el negocio: más de \$8 mil en el primer año y más de \$32 mil que se esperan lograr para el segundo. En resumen, el balance muestra un crecimiento saludable y rentable, donde cada cifra está conectada con lo que ha ocurrido realmente en el flujo de caja, y se cumple la ecuación contable de que lo que la empresa tiene (activos) es igual a lo que realmente le pertenece (patrimonio).

6.7.4.2 Estado de resultados

Figura 34: Estado de Resultados

	año 1	año2
Concepto	Valor (USD)	Valor (USD)
Ingresos Netos	\$ 16.244,81	\$ 63.600,00
Costo de Ventas	\$ -	\$ -
Utilidad Bruta	\$ 16.244,81	\$ 63.600,00
Costos de Operación		
Nómina Socios	\$ 7.200,00	\$ 11.440,00
Capcut	\$ 83,00	\$ 83,00
VPN	\$ 65,00	\$ 65,00
Dominio y correo	\$ 70,00	\$ 70,00
Servicios	\$ 300,00	\$ 300,00
Arriendo	\$ 278,64	\$ 278,64
Total Costos de Operación	\$ 7.996,64	\$ 12.236,64
Depreciación (3 equipos por \$1500 / 8 años)	\$ 187,50	\$ 187,50
Utilidad Operacional	\$ 8.248,17	\$ 51.363,36
Gastos Financieros (Sin préstamos ni créditos activos)	\$ -	\$ -
Impuestos (0%)		
SAS	\$ -	\$ 17.977,18
ICA	\$ -	\$ 477,00
Utilidad Neta del Periodo	\$ 8.060,67	\$ 32.721,68

Nota: Fuente: Elaboración propia

Este estado de resultados muestra claramente el buen desempeño financiero que ha tenido la agencia durante el primer año y la proyección que se tiene para el segundo. En el primer año, se

alcanzaron ingresos netos por \$16.244,81 y en el segundo año esa cifra se proyecta lograr multiplicar a \$63.600, lo cual evidencia un crecimiento bastante acelerado teniendo en cuenta el potencial que tiene la agencia y la rápida expansión de nuestros seguidores.

Teniendo en cuenta que no hay costos de ventas asociados, toda esa entrada de dinero se convierte directamente en utilidad bruta. Por el lado de los costos operativos, se observa un aumento proporcional en gastos como la nómina de socios, que pasa de \$7.200 a \$11.440 considerando que se proyecta poder contratar de 1-2 editores para poder cubrir el volumen de video demandados, reflejando tanto la expansión del equipo como una mayor capacidad de pago.

Otros costos como suscripciones, servicios y arriendo se mantienen estables, mientras que la depreciación se calcula de forma consistente sobre los equipos adquiridos. La utilidad operacional también crece de forma notable, alcanzando los \$51.363,36 en el segundo año.

No hay gastos financieros ni préstamos activos, y aunque para el segundo año sí se calculan impuestos (impuesto de renta para una SAS e ICA) que para el primer año no se tuvieron en cuenta, estos no afectan de forma significativa la utilidad neta, que se mantiene alta: más de \$32 mil en el segundo año. Esta tarifa ICA fue calculada con la del código CIU 5911 que son las actividades de producción de películas, videos y programas de televisión que es aproximadamente sobre el 0.75% de los ingresos brutos anuales.

En general, este estado de resultados evidencia que la agencia tuvo un muy buen primer año y se espera tener un crecimiento sólido, eficiente en gastos y sin necesidad de endeudarse, lo que fortalece aún más su sostenibilidad.

6.7.4.3 Indicadores financieros

Figura 35: Indicadores Financieros

Indicador	Año 1	Año 2
Margen Bruto	1	1
Margen EBITDA	0.519284	0.810548
Margen Operacional	0.507742	0.8076
Margen Neto	0.4962	0.514492
Solvencia (Activo/Pasivo)	9560.67	34034.18
Liquidez Pura (AC / PC)	8060.67	32721.68
Endeudamiento Total (Pasivo / Activo)	0	0
Apalancamiento Total (Activo / Patrimonio)	1	1

Nota: Fuente: Elaboración propia

En ambos años, la empresa presenta un margen bruto del 100% , lo que confirma que no incurre en costos de ventas directos, una característica común en modelos de negocio basados en productos digitales. El margen EBITDA y el margen operacional crecen significativamente del año 1 al año 2 (de 51.9% a 81% y de 50.7% a 80.7% respectivamente), lo cual refleja una operación mucho más eficiente en el segundo año. Aunque el margen neto no crece en la misma proporción, sigue siendo saludable (del 49.6% al 51.4%).

La solvencia y liquidez pura son extremadamente altas en ambos años, ya que la empresa no maneja pasivos financieros como se pudo evidenciar en el estado de resultados y balance general. En otras palabras, tiene plena capacidad para cubrir cualquier obligación con sus recursos actuales. Además, tanto el endeudamiento total como el apalancamiento indican que la empresa opera

exclusivamente con capital propio, sin tener que recurrir a deuda. De igual forma no se hizo la prueba ácida considerando que no se tienen pasivos y por ende no hay necesidad de calcular este índice. Esto se traduce en un negocio muy sólido financieramente y con bajo riesgo financiero, ideal para escalar de manera sostenible.

7. Bibliografía

Farias, F. (2024, June 29). Contenido estratégico, Aliado para generar leads Y conversiones en el marketing digital. *Ámbito Financiero*, líder en noticias económicas.

Ambito Com. (2024, June 29). Contenido estratégico, Aliado para generar leads Y conversiones en el marketing digital. *Ámbito Financiero*, líder en noticias económicas.
<https://www.ambito.com/opiniones/contenido-estrategico-aliado-generar-leads-y-conversiones-el-marketing-digital-n6023007>

Influencer Marketing Hub. (2024b, June 24). Las 10 Principales Agencias de marketing para tiktok con las que debes trabajar en el 2024. <https://influencermarketinghub.com/es/principales-agencias-de-marketing-para-tiktok/?form=MG0AV3#toc-0>

contenidos, C. de. (2024, January 11). 15 tendencias en Redes Sociales para 2024. Creadores de Contenidos. <https://creadoresdecontenidos.com/tendencias/15-tendencias-en-redes-sociales-para-2024/?form=MG0AV3>

Rigotti, T. (2024, March 4). Las 10 tendencias para redes sociales en 2024 · rodanet. Rodanet. <https://rodanet.com/tendencias-redes-sociales/?form=MG0AV3>

Montoya, M. (2024, January 6). 10 tendencias de marketing digital para 2024 - Segmenta. Segmenta by Merari Montoya. <https://www.segmentamarketing.com/blog/tendencias-marketing-digital-2024/?form=MG0AV3>

Liu, H., & FTC, S. at the. (2021, July 16). Truth in advertising. Federal Trade Commission. <https://www.ftc.gov/news-events/topics/truth-advertising>

Derecho de Autor. WIPO. (n.d.). <https://www.wipo.int/copyright/es/?form=MG0AV3>

Team, B.-T. (2024, May 30). Pestel analysis of social media industry in 2024. <https://www.blog-trends.com/pestel-analysis-of-social-media-industry/>

Social media agency Pestel Analysis 2025. FinModelsLab. (n.d).
<https://finmodelslab.com/products/social-media-agency-pestel>

Clark, L. (2024, July 22). Augmented reality (AR) marketing: The Complete Guide for 2024. P2P marketing. <https://peertopeermarketing.co/ar-marketing/>

Johnson, P. (2024, October 24). Using augmented reality in social media to improve customer engagement. Rock Paper Reality. <https://rockpaperreality.com/insights/ar-use-cases/using-augmented-reality-in-social-media-to-improve-customer-engagement/>

Rivera, L. (2023, May 18). AI and Personalization: Future Marketing Trends for 2024. Counterparts Media. <https://www.counterpartsmedia.com/ai-and-personalization-future-marketing-trends-for-2024/>

Artificial Intelligence - worldwide: Market forecast. Statista. (n.d).
<https://www.statista.com/outlook/tmo/artificial-intelligence/worldwide>

IBM: Empresas de Latinoamérica Aceleraron el uso de Inteligencia artificial en 67%. Newsroom de IBM Latinoamérica. (n.d). <https://latam.newsroom.ibm.com/2024-03-20-IBM-empresas-de-Latinoamerica-aceleraron-el-uso-de-Inteligencia-Artificial-en-67>

Descripción Actividades Económicas (Código CIIU). Cámara de Comercio de Bogotá. (n.d.).

<https://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>

Anexos

1. Encuestas a usuarios Tik Tok:

1. ¿Qué tipo de contenido relacionado con inteligencia artificial te gustaría ver más en TikTok o Instagram?

- a) Tutoriales prácticos sobre el uso de herramientas de IA.
- b) Demostraciones de productos de IA (reviews, pruebas).
- c) Consejos sobre cómo implementar IA en la vida diaria o en negocios.
- d) Contenido entretenido relacionado con IA (videos virales, desafíos, etc.).
- e) Actualizaciones y noticias sobre avances en IA.

2. ¿Qué te motiva a seguir una cuenta de una empresa de IA en TikTok o Instagram?

- a) Contenido educativo que me enseñe algo nuevo sobre IA.
- b) Ofertas exclusivas, descuentos o promociones.
- c) La interacción activa de la empresa con los seguidores (respuestas a comentarios, lives).
- d) Videos cortos y entretenidos sobre IA que me mantengan interesado.
- e) La relevancia de la empresa en el mundo de la IA y tecnología.

3. ¿Con qué frecuencia te gustaría ver contenido nuevo de empresas de IA en redes sociales?

- a) Varias veces al día.
- b) Una vez al día.
- c) 2-3 veces por semana.
- d) Una vez a la semana.

- e) Menos de una vez a la semana.
4. **¿Qué formato de contenido prefieres ver de una empresa de IA en redes sociales?**
- a) Videos cortos (menos de 30 segundos).
 - b) Videos largos (más de 1 minuto).
 - c) Infografías o imágenes explicativas.
 - d) Historias o relatos breves.
 - e) Carruseles de imágenes con información detallada.
5. **¿Qué aspecto es más importante para ti al seguir una empresa de IA en redes sociales?**
- a) Innovación y contenido de vanguardia.
 - b) Claridad en la explicación de cómo funciona la IA.
 - c) Relevancia del contenido para mis intereses.
 - d) Frecuencia de las publicaciones.
 - e) Estilo visual y atractivo del contenido.
-

2. Preguntas Entrevista para Plataformas de IA (Preguntas Abiertas)

Objetivo: Entender qué buscan las plataformas de IA en una agencia de marketing para contenido en redes sociales, y cómo podría ayudarles Boost AI.

1. **¿Qué esperas de una agencia de marketing especializada en redes sociales para impulsar tu plataforma de IA?**
- (Pregunta abierta para conocer las expectativas generales).

2. **¿Qué tipo de contenido en redes sociales consideras más efectivo para promover tu plataforma de IA? (ej. contenido educativo, demostraciones de productos, storytelling, etc.)**
 - (Pregunta abierta para conocer las preferencias de formato y estilo de contenido).
3. **¿Qué objetivos principales tienes al trabajar con una agencia de marketing? (ej. aumentar ventas, mejorar presencia de marca, educar al público sobre IA, etc.)**
 - (Pregunta abierta para entender las metas comerciales y de branding).
4. **¿Prefieres que una agencia se enfoque más en estrategias orgánicas (crecimiento sin anuncios pagados) o en campañas publicitarias (ads pagados en TikTok/Instagram)?
¿Por qué?**
 - (Pregunta abierta para evaluar las prioridades en cuanto a estrategias de marketing).
5. **¿Cuáles son los principales retos que enfrenta tu plataforma al intentar generar contenido en redes sociales?**
 - (Pregunta abierta para identificar las áreas problemáticas donde Boost AI puede ofrecer soluciones).

3. Respuestas de la entrevista:

Figura 36: Preguntas UD

¿Qué esperas de una agencia de marketing especializada en redes sociales para impulsar tu plataforma de IA?

4 responses

Lo que espero de una agencia de marketing especializada en redes sociales es una estrategia clara y personalizada que entienda las necesidades de nuestra plataforma. Busco que tengan un enfoque integral, que no solo se limite a crear contenido, sino que también se concentren en convertir ese contenido en una herramienta de captación de usuarios. Además, es crucial que tengan experiencia trabajando con plataformas como TikTok, donde podemos generar mucho tráfico. Quiero que la agencia entienda a nuestro público objetivo, sepa cómo posicionar nuestra propuesta de valor de manera efectiva y continúe mejorando los resultados con cada campaña.

Lo que espero de una agencia de marketing especializada en redes sociales es que entienda que estamos en fase beta y necesitamos expansión rápida de nuestra base de usuarios para entrenar nuestra IA y mejorarla continuamente. Busco una agencia que no solo cree contenido visualmente atractivo, sino que también se enfoque en crear una comunidad que se sienta parte del proceso de desarrollo de la plataforma. Quiero que la agencia nos ayude a generar confianza y credibilidad en torno a nuestra herramienta, utilizando una mezcla de contenidos informativos y atractivos que muestren las capacidades únicas de nuestra IA, como la integración de múltiples motores para resultados personalizados.

Lo que espero de una agencia de marketing especializada en redes sociales es una estrategia enfocada en generar conciencia global sobre nuestra plataforma. Estamos en fase beta, por lo que el objetivo es atraer la mayor cantidad de tráfico posible para que los usuarios prueben nuestra IA y podamos desarrollarla

Nota: Elaboración propia

Figura 36: Preguntas UD

¿Qué esperas de una agencia de marketing especializada en redes sociales para impulsar tu plataforma de IA?

4 responses

herramienta, utilizando una mezcla de contenidos informativos y atractivos que muestren las capacidades únicas de nuestra IA, como la integración de múltiples motores para resultados personalizados.

Lo que espero de una agencia de marketing especializada en redes sociales es una estrategia enfocada en generar conciencia global sobre nuestra plataforma. Estamos en fase beta, por lo que el objetivo es atraer la mayor cantidad de tráfico posible para que los usuarios prueben nuestra IA y podamos desarrollarla rápidamente a partir de su interacción. La agencia debe ayudarnos a crear contenido atractivo que comunique claramente los beneficios y las capacidades únicas de nuestra herramienta, como la personalización completa de los diagramas y esquemas, y mostrar cómo puede transformar la forma en que las personas crean presentaciones visuales, mapas conceptuales y más.

Lo que espero de una agencia de marketing especializada en redes sociales es una estrategia clara y efectiva para atraer nuevos usuarios a nuestra plataforma. Dado que nuestra herramienta se enfoca en la creación de clips virales, queremos que la agencia nos ayude a demostrar de manera atractiva cómo nuestro servicio simplifica y optimiza el trabajo de los creadores de contenido. La agencia debe ser capaz de generar contenido visual que muestre el valor de nuestra plataforma y cómo ayuda a los usuarios a maximizar su alcance en TikTok e Instagram sin tener que pasar horas editando manualmente videos largos. La clave aquí es demostrar resultados reales, mostrando ejemplos de clips virales que se han generado usando nuestra herramienta.

Nota: Elaboración propia

Figura 37: Preguntas UD

¿Qué tipo de contenido en redes sociales consideras más efectivo para promover tu plataforma de IA? (ej. contenido educativo, demostraciones de productos, storytelling, etc.)

4 responses

Creo que el contenido más efectivo para nuestra plataforma debe ser una mezcla de contenido educativo y demostraciones prácticas de la plataforma. Quiero mostrar cómo nuestra herramienta puede transformar un texto generado por IA en algo más cercano y natural, por lo que los tutoriales, videos que comparen el antes y después, y testimonios de usuarios reales son esenciales. También considero que el storytelling puede jugar un papel importante, mostrando casos reales de cómo los usuarios se benefician de humanizar sus textos, ya sea para marketing, redacción o comunicación interna. De esta forma, estamos educando y demostrando el valor de la plataforma al mismo tiempo.

Creo que el tipo de contenido más efectivo para promover nuestra plataforma debe ser una combinación de demos visuales, donde se muestren ejemplos reales de las imágenes generadas usando diferentes motores, y contenidos educativos que expliquen cómo y por qué nuestra herramienta es única. Por ejemplo, videos que comparen imágenes generadas con Flux, Realistic, y Pony Diffusion, resaltando las diferencias y lo que cada motor puede aportar según las preferencias del usuario. Además, testimonios y casos de uso reales serían poderosos, especialmente mostrando cómo nuestra plataforma está ayudando a artistas, diseñadores y creadores a maximizar su creatividad de manera eficiente.

Creo que el tipo de contenido más efectivo para promover nuestra plataforma es contenido visualmente impactante. Dado que nuestra herramienta está enfocada en generar diagramas y esquemas personalizados, quiero que la agencia utilice ejemplos reales de cómo se pueden personalizar los

Nota: Elaboración propia

Figura 38: Preguntas UD

¿Qué tipo de contenido en redes sociales consideras más efectivo para promover tu plataforma de IA? (ej. contenido educativo, demostraciones de productos, storytelling, etc.)

4 responses

Creo que el tipo de contenido más efectivo para promover nuestra plataforma es contenido visualmente impactante. Dado que nuestra herramienta está enfocada en generar diagramas y esquemas personalizados, quiero que la agencia utilice ejemplos reales de cómo se pueden personalizar los diagramas, mostrando las múltiples opciones de diseño, colores, iconos y estilos. Los tutoriales paso a paso en formato video o carruseles en Instagram también serían geniales, ya que pueden guiar a los usuarios sobre cómo utilizar la plataforma para crear contenido visualmente atractivo y profesional. Además, testimonios de usuarios y casos de uso reales son una excelente manera de mostrar cómo nuestra plataforma está ayudando a resolver problemas de diseño y productividad en la creación de esquemas complejos.

Creo que el contenido más efectivo para promover nuestra plataforma es el tipo de contenido que demuestre la transformación que los creadores de contenido pueden lograr al usar nuestra IA. Por ejemplo, comparaciones antes y después de un video largo sin editar y el clip viral generado con nuestra plataforma. También me parece muy efectivo contenido tipo tutorial, donde mostramos el proceso de carga de un video y cómo nuestra IA selecciona automáticamente los momentos más destacados para generar clips virales. Los testimonios de usuarios que ya han visto resultados tangibles también serían muy poderosos, así como casos de éxito mostrando cómo los usuarios han aumentado su engagement gracias a nuestros clips optimizados para plataformas como TikTok e Instagram.

Nota: Elaboración propia

Figura 38: Preguntas UD

¿Qué objetivos principales tienes al trabajar con una agencia de marketing? (ej. aumentar ventas, mejorar presencia de marca, educar al público sobre IA, etc.)

4 responses

Los objetivos principales al trabajar con una agencia de marketing son aumentar la adquisición de usuarios, mejorar nuestra presencia de marca y, muy importante, educar al público sobre los beneficios de usar IA de una manera más humana y auténtica. Necesitamos que los usuarios no solo lleguen a la plataforma, sino que se queden y conviertan en clientes recurrentes. Por otro lado, también me interesa construir una comunidad alrededor de nuestra herramienta, donde se vea como un referente en la mejora de textos generados por IA, por lo que aumentar la credibilidad y confianza también es una meta clave.

Mi objetivo principal al trabajar con una agencia de marketing es expandir el reconocimiento de marca. Estamos en una etapa en la que la mayor cantidad de usuarios probando nuestra plataforma es crucial para su desarrollo, ya que necesitamos que interactúen con la herramienta, generen imágenes y proporcionen retroalimentación para mejorar el sistema. Además, quiero que la agencia ayude a construir una comunidad activa de usuarios que pueda compartir sus creaciones y dar visibilidad a nuestra plataforma. En paralelo, también buscamos construir confianza y credibilidad en un mercado que, aunque está creciendo, sigue siendo bastante competitivo.

El principal objetivo al trabajar con una agencia de marketing es expandir nuestro alcance globalmente. Dado que estamos en fase beta, necesitamos atraer a tantos usuarios como sea posible para que interactúen con la plataforma y proporcionen retroalimentación valiosa. A largo plazo, busco posicionar nuestra herramienta como líder en la generación de diagramas y esquemas personalizados. Queremos que

Nota: Elaboración propia

Figura 39: Preguntas UD

¿Qué objetivos principales tienes al trabajar con una agencia de marketing? (ej. aumentar ventas, mejorar presencia de marca, educar al público sobre IA, etc.)

4 responses

una comunidad activa de usuarios que pueda compartir sus creaciones y dar visibilidad a nuestra plataforma. En paralelo, también buscamos construir confianza y credibilidad en un mercado que, aunque está creciendo, sigue siendo bastante competitivo.

El principal objetivo al trabajar con una agencia de marketing es expandir nuestro alcance globalmente. Dado que estamos en fase beta, necesitamos atraer a tantos usuarios como sea posible para que interactúen con la plataforma y proporcionen retroalimentación valiosa. A largo plazo, busco posicionar nuestra herramienta como líder en la generación de diagramas y esquemas personalizados. Queremos que la agencia se enfoque en generar tráfico dirigido a la plataforma para crear una base sólida de usuarios que, al final de la fase beta, nos permita lanzar una versión optimizada y con un público fiel. Además, la creación de conciencia de marca es clave, especialmente en mercados fuera de India.

Mis objetivos principales son aumentar la base de usuarios de la plataforma y maximizar las conversiones de prueba a suscripción paga. Queremos atraer a creadores de contenido, marcas y cualquier persona que trabaje con videos largos y quiera optimizar su tiempo de edición. Además, quiero asegurarme de que la agencia se enfoque en construir nuestra presencia de marca y posicionarnos como la herramienta indispensable para generar clips virales de manera rápida y eficiente. También me gustaría ver un enfoque en educar al público sobre las ventajas de automatizar la creación de contenido viral, lo que puede mejorar la productividad y aumentar el engagement en plataformas sociales.

Nota elaboración propia:

Figura 40: Preguntas UD

¿Prefieres que una agencia se enfoque más en estrategias orgánicas (crecimiento sin anuncios pagados) o en campañas publicitarias (ads pagados en TikTok/Instagram)? ¿Por qué?

4 responses

Personalmente, creo que una combinación de ambas estrategias es lo ideal, pero si tuviera que elegir una prioridad, me inclinaria hacia las campañas publicitarias pagadas en TikTok e Instagram. El tráfico orgánico es valioso a largo plazo, pero nuestras necesidades actuales están más alineadas con la necesidad de alcanzar una gran audiencia rápidamente. Queremos asegurarnos de que los usuarios correctos lleguen a nuestra plataforma lo antes posible, y los anuncios bien segmentados en plataformas como TikTok son una manera comprobada de hacerlo. Sin embargo, una vez tengamos una base sólida, entonces podemos centrar más esfuerzos en estrategias orgánicas para mantener el engagement a largo plazo.

Dado que estamos en fase beta, mi preferencia sería una combinación de ambas, pero con un mayor enfoque en campañas publicitarias pagadas en plataformas como TikTok e Instagram. Estas plataformas tienen un enorme potencial para captar la atención de creativos y de usuarios interesados en IA y arte digital. Usar anuncios pagados nos permitirá alcanzar una audiencia más amplia y generar el volumen de usuarios necesario para que nuestra IA aprenda rápidamente. Sin embargo, también quiero que la agencia desarrolle estrategias orgánicas que ayuden a mantener el engagement a largo plazo, como crear contenido viral o crear una comunidad activa donde los usuarios se sientan parte del proceso de evolución de la plataforma.

En nuestra situación, creo que una combinación de ambas estrategias sería lo más efectivo. Las

Nota elaboración propia:

