



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
FACULTAD DE CIENCIAS PARA LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Cómo crear una agencia digital de RRSS a través de un *hub* de talentos

Viso Espina, Antonella / C.I: 25.001.556 / telf.: 0414-200.06.63 Tutor: Nuñez, Rodrigo

Caracas, 10 de junio del 2022

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, a Dios por permitirme llegar a esta última etapa universitaria y por ponerme en el camino las enseñanzas y retos necesarios para crear Visualz Media; un proyecto que formalicé con mi proyecto final y espero seguirle poniendo mi esfuerzo y ganas para verlo crecer.

A mis padres por creer en mí y por apoyarme incondicionalmente en cada momento de mi vida. Por su sacrificio y dedicación para darme siempre lo mejor.

Al profesor Rodrigo Nuñez, por confiar en mí y guiarme durante este proceso con sus recomendaciones y enseñanzas en cada una de sus clases.

A Rodrigo García por haber estado siempre apoyándome en este proyecto y buscando en todo momento lo mejor para mí.

A Sabrina Valencia y Andrea Hernández, mi equipo de Visualz. Por creer en mí y prestar la mejor dedicación para ver este proyecto crecer. Sin ustedes esto no habría sido posible.

A Daniela Portagnolo y Rossanna Figuera. Por ser mis primeros clientes en el 2018. Creyeron en mi trabajo y en mis ganas de aprender y mejorar cada día. Gracias a ese primer voto de confianza empezó todo.

A Carlos Carmona y Otmaro Silva por concederme valiosas entrevistas que me permitieron tener un mejor entendimiento en el plan de negocios del proyecto.

A Nicolás Castillo por su disposición a lo largo de estos últimos años para ayudarme a sobresalir en mi trabajo.

A la Universidad Monteávila, mi alma mater, por ser parte de mi camino de formación profesional con las herramientas y personas necesarias para llegar hoy a

esta etapa. Por siempre inculcar las enseñanzas del servicio por delante y por haberme visto crecer en estos cuatro años de carrera.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	1
ÍNDICE	3
I. RESUMEN	4
II. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	5
III. ESTRATEGIA	7
3.1 PLAN DE NEGOCIOS	8
3.2 MODELO DE NEGOCIOS	9
3.3 METODOLOGÍA DE TRABAJO	9
IV. PROPUESTA	12
4.1. PÚBLICO OBJETIVO	12
4.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	12
4.3 ANÁLISIS DOFA DEL SERVICIO	13
4.4 ELEMENTOS INNOVADORES DE LA PROPUESTA	15
4.5 IDENTIDAD GRÁFICA	16
4.6 LOGO	16
4.7 PALETA DE COLORES	16
4.8 TIPOGRAFÍA	17
V. PRESUPUESTO DE GASTOS	18
VI. CONCLUSIONES	19
VII. RECOMENDACIONES	20
VIII. GLOSARIO	21
IX. REFERENCIAS	23
X. ANEXOS	25

I. RESUMEN

Con el pasar de los años, la globalización ha permitido muchos cambios tecnológicos a nivel mundial, trayendo consigo una serie de impactos dentro de la comunicación organizacional, social, tecnológica, entre otros. Por ello, las empresas han tenido que adaptarse a estos cambios para poder subsistir en el tiempo.

El presente trabajo de grado muestra un abreboca sobre la creación de una agencia de redes sociales, completamente digital, a través de un *hub* de talentos. Este término se define según Pymes de Empresas, como un concentrador de distintos talentos específicamente en el área creativo de mercadeo. La agencia tiene como nombre “Visualz Media”; en este documento, se abordan los recursos necesarios para la elaboración de una agencia de redes sociales de forma digital.

Una de las justificaciones para el presente proyecto, es la existencia del nicho de mercado que se logró identificar. Hoy en día, en promedio, 61% de la población mundial utiliza el internet y casi el 57% ocupa alguna red social (lavanguardia.com, 2021).

La pandemia del 2020 aceleró esta globalización, lo que tuvo como consecuencia, que muchos negocios tuvieran la necesidad de crear una cuenta en alguna plataforma digital. Se analizó y estudió el entorno, de forma que se obtuvo la información necesaria para la elaboración del proyecto. A partir de lo anterior, y principalmente a través del boca en boca, se lograron captar 25 clientes en los últimos 3 años y la tasa de retención abarca casi el 70%.

De esta forma, para el proyecto final de carrera se decidió formalizar la agencia de comunicaciones para explotar todo su potencial. Durante la elaboración del trabajo, se investigaron distintos modelos de negocios y tipos de metodologías, hasta conseguir una que se adecuara a la necesidad de la marca. Al mismo tiempo, se realizó una identidad que abarca el logo, tipografía, paleta de colores, misión y visión para completar la identidad gráfica de Visualz Media.

II. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

El presente Proyecto Final de Carrera tuvo como objetivo la creación de la agencia digital de comunicación llamada “Visualz Media”. Dicha agencia se enfoca en la realización de contenido para empresas, diseño gráfico (para piezas en redes sociales, logos y publicidad en medios *offline*), creación de publicidad mediante *Facebook* e *Instagram*, *email marketing*, *copywriting*, estrategias digitales y gestionar redes sociales.

Como se mencionó anteriormente, se buscó formalizar una agencia digital para tener un equipo de trabajo, con un plan de negocios, una estructura de negocios y una metodología de trabajo. De esta forma, surge la necesidad de encontrar una mayor captación de clientes para que la agencia obtenga una mayor estructura.

Para entrar en contexto, en el año 2020 y como consecuencia de la pandemia, las plataformas como *Google Meets* y *Zoom* lograron un crecimiento de hasta un 300% (marketing4ecommerce.mx). Lo que indica que las empresas han escogido migrar al teletrabajo. Gracias a esto, existen creativos que trabajan de forma totalmente remota en distintas áreas, especialmente en temas de mercadeo y redes sociales.

El 53% de la Generación Z, quienes son la personas nacidas en los años 1997-2015, elige la vía del trabajo como *freelancer* (websiteplanet.com). Esto, con la suma del crecimiento del teletrabajo, presenta una oportunidad de negocios en donde favorecerá a los negocios pequeños que no cuenten con el capital para contratar a una agencia de publicidad grande, y a los *freelancers* ya que gracias a la agencia, se ahorrarán procesos creativos y tiempos de facturación.

Su nombre fue inspirado en la palabra en inglés *Visual* cuya traducción al español es visual que significa “del sentido de la vista o relacionado con él” (Oxford Languages, 2019). Actualmente, los visuales son importantes para cualquier negocio ya que ayudan a posicionar su marca y captar nuevos clientes. Por último,

se quiso encontrar una palabra que se identificara con la autora del presente trabajo; cuando se buscaron palabras que sonaran parecidas al apellido de la misma, siendo Visualz como la primera y única opción.

III. ESTRATEGIA

El presente Proyecto Final de Carrera (PFC) surge en conjunto con la definición de *freelancer*. Según la Real Academia Española (2017), se define como “la persona que desarrolla su actividad de manera autónoma: es decir, sin una relación fija y de dependencia con un empleador”. Lo que quiere decir, es que un freelancer es una persona independiente que presta sus servicios a cambio de un pago, sin incluir una relación formal de trabajo.

Visualz Media, como se mencionó con anterioridad, es una agencia digital que sirve como puente para los *freelancers* que quieran ahorrar tiempo en búsqueda de clientes. Por su parte, esta agencia brinda la seguridad de recibir los pagos a tiempo y de forma completa, y ofrecer a posibles clientes, el beneficio de trabajar con una empresa que le ofrezca una variedad de servicios para el mercadeo de su marca aprovechando las mejores opciones de creatividad e inteligencia digital, que le garantice resultados medibles y optimizables.

En términos de contratación, se acuerda un costo por proyecto de antemano con el freelancer y se le presenta la propuesta final de servicio al cliente y a su marca. Al aceptar, el cliente deberá abonar un 50% del monto que, se mantendrá en vigencia por los primeros 14 días antes de iniciar el mes. Esto se debe a que previo a cualquier proyecto, el equipo deberá entender el tono, la esencia, el entorno y las necesidades de la marca para crear el contenido y trabajar en base a una estrategia planteada y aprobada por el cliente. Posterior a esto, se deberá cancelar el restante 50% de la mensualidad durante los próximos 5 días del mes para la ejecución del contenido.

Al finalizar el mes se realiza un análisis de las publicaciones con mejores resultados según las estadísticas y el reporte para así, definir los próximos pasos y estrategias del mes entrante. Al finalizar el mes, el cliente da su aprobación para ejecutarlas y se le hará el pago al *freelancer* involucrado en el proyecto durante los últimos tres días del mes.

Al no tener una oficina física, se hará una reunión de estatus al iniciar la semana para plantear metas y tareas que se deberán de ejecutar durante su transcurso utilizando la metodología de trabajo *Scrum*, que se basa en concentrar y priorizar tareas pequeñas con gran longitud para lograr un proyecto mayor. Al finalizar la semana, se hará otra reunión de seguimiento para aprobar y revisar los resultados. Al mismo tiempo, se utilizarán herramientas de trabajo que faciliten la comunicación entre el equipo para tener una visibilidad fácil de las tareas culminadas y en curso.

Para las estrategias del desarrollo de Visualz Media se crearon tres etapas para el trayecto del mismo:

- a) Planificación: Esta etapa corresponde a establecer las funciones específicas de la agencia para entender sus fortalezas y su foco. Del mismo modo, la planificación se realizará en las partes que van fuera del área digital como: conseguir proveedor de facturas fiscales, establecer alianzas comerciales, escoger y diseñar un plan de negocios que incluya las proyecciones de gastos de la agencia y los ingresos de la misma.
- b) Ejecución: La siguiente etapa pone en marcha la acción para ejecutar cada uno de los *bullet points* que previamente están descritos en la planificación.
- c) Revisión: Chequear y evaluar en conjunto con los mentores y tutor de la tesis el proceso y ver si es necesario algún cambio o modificación.

Una vez realizados los pasos mencionados con anterioridad, inicia el proceso de captación de clientes, el cual consiste en hacer una reunión online para conocer la marca, cómo la llevan y cuáles son sus objetivos y necesidades. A partir de ahí se hace un presupuesto personalizado con los términos y condiciones de la empresa.

3.1 PLAN DE NEGOCIOS

Para crear el plan de negocios se deberá, en primer lugar, determinar la estrategia del mismo para luego hacer un seguimiento y evaluar si el plan ejecutado ha sido exitoso o si, por el contrario, se deberá cambiar.

Contemplar el modelo de negocios, análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades), metodología de trabajo y resumen financiero. A lo largo del presente plan de negocios, se podrá apreciar y detallar cómo se logró crear esta agencia en donde se cumplieron todos los objetivos previamente estipulados.

3.2 MODELO DE NEGOCIOS

A través de la investigación, se escogió la herramienta CANVAS para generar el modelo de negocio. Esta, permite hacerlo de forma simplificada y sencilla. La misma fue creada por Alexander Osterwalder en el año 2009.

A través de una plantilla, se puede visualizar un gráfico con elementos que describen la propuesta y el valor de la empresa.

Esta herramienta se utiliza para entender el modelo de negocio desde un plano general. El mismo sirve de apoyo para la gestión de la empresa, la evaluación de gastos y proyecciones de corto y mediano plazo. Además, proporciona un lenguaje fácil de entender que adapta los modelos de negocio en un solo cuadro.

El mismo cuenta con 9 secciones: Propuesta de valor, segmento a los clientes, canales, relación con los clientes, fuentes de ingreso, recursos claves, actividades claves, socios claves y estructura de costos.

Ver Anexo A: Modelo Canvas Visualz Media

3.3 METODOOGÍA DE TRABAJO

Para este proyecto se utilizará la metodología SCRUM, creada por Ikujiro Nonaka e Hirotaka Takeuchi en 1986, a partir de un estudio realizado para generar

un nuevo enfoque de trabajo. Para fines de este proyecto, se usaron estrategias del libro *Scrum: El arte de hacer el doble de trabajo en la mitad de tiempo* por Jeff Sutherland.

El nombre se basa en un tipo de formación que se realiza en rugby, en la cual los jugadores tienen que sacar la pelota sin tocarla con las manos. Se escogió esta metodología ya que permite que el trabajo se vea de forma transparente y, como Visualz no tiene una oficina con los trabajadores, es una forma de visualizar en qué está trabajando cada persona sin tener que acudir a constantes mensajes de estatus.

A través de la página de *Trello*, se aplicó esta metodología de trabajo en donde hay unos gráficos divididos por secciones en los que se puede visualizar qué tarea falta por hacer, cuál está en curso y cuáles se finalizaron. Es crucial en esta metodología realizar una tarea a la vez para facilitar la organización y productividad.

A continuación estará reflejado el uso del *Scrum*:

- Se define quién del equipo es el *Scrum Master*. El *Scrum Master* es la persona que liderará el proyecto haciendo un seguimiento diario de las tareas que el equipo esté ejecutando y, de no realizarse, tener una reunión con el encargado de la tarea para saber qué le está dificultando en lograr sus tareas. En el caso de Visualz Media, la autora de este proyecto será la *Scrum Master*.
- Se hace un *backlog* que consiste en hacer una tormenta de ideas de todas las tareas que se necesiten para culminar el proyecto final.
- Se fija la duración del *sprint*. El *sprint* es el periodo de tiempo en el que se realizan las tareas necesarias para lograr el objetivo del proyecto en el que se esté trabajando. Generalmente dura dos semanas.
- Se realiza un análisis de requisitos pendientes por proyecto como: su diseño, su implementación, sus pruebas y finalmente su despliegue. Esta etapa de planeación se llama el *sprint planning*.
- Se desglosan todas las tareas al máximo y luego se priorizan por orden.
- Se le asignan las tareas a cada miembro del equipo para su ejecución

“La diferencia fundamental entre *Sprint* y *Backlog* está en que si el segundo nos dice el “qué”, el primero nos dice el “cómo” mediante las tareas”. (Forero, 2018)

Otra diferencia es que el *Scrum Master* es el encargado del *Backlog*, mientras que el *Sprint* es responsabilidad de los creativos.

Ver Anexo B: *Scrum Visualz Media*

IV. PROPUESTA

El presente Proyecto Final de Carrera, corresponde a la modalidad **creación de medios** ya que es un emprendimiento en el área de la comunicación social de forma digital que toma como temas principales el desarrollo y crecimiento de las redes sociales en el área de mercadeo y publicidad. Esta agencia digital mezcla el mercadeo con estrategias específicas según las necesidades y requerimientos del cliente para que influyeran en el aumento de las ventas y visibilidad de la marca.

4.1. PÚBLICO OBJETIVO

El público objetivo de Visualz Media se define en emprendimientos y empresas pymes que quieran crear una comunidad que se identifiquen con el propósito de la marca para luego convertirse en una *lovemark*. Término que se define en crear estrategias dirigidas al cliente para fidelizarlo a través de técnicas que toquen su lado emocional. (Kiwop, 2022)

4.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Visualz Media es una agencia de redes sociales que ofrece servicios de:

-Diseño gráfico: para redes sociales, campañas *offline*, logos y *branding*. Ver Anexo C: Diseño Gráfico

-*Copywriting*: se producen textos persuasivos dependiendo del tono y esencia de la marca para mercadeo y ventas. Se utilizan para principalmente para publicaciones, email marketing y diseños. Ver Anexo D: *Email Marketing*

-Creación de contenido: Se busca, se adapta y se produce contenido que sea de valor para la audiencia.

-Análisis y reportes de mes: Se definen los resultados de las publicaciones que se efectuaron durante el mes y se determina qué funcionó, qué se seguirá haciendo y qué hay que reforzar. Ver Anexo E: Análisis y Reportes

-Servicio al cliente: La definición del servicio al cliente va más allá de ser amable: es el valor agregado del producto, razón por la cual se vuelve un diferenciador con la competencia. (zendesk.com.mx)

-Manual de esencia y comunicaciones: Para poder tener una identidad y una presencia poderosa en las redes sociales se deberá definir la esencia y tono de comunicación de la marca. En este manual se abordará el buyer persona, el target, intereses, experiencias, tono y valores de la marca.

-Publicidad en *Instagram*: Dentro de los servicios se ofrece la posibilidad de hacer publicidad en *Instagram* dependiendo de los objetivos de la marca. Por ejemplo, si se quiere tener mayor interacción en las publicaciones se empleará una estrategia para tal.

-Cursos de redes sociales: Los cursos de redes sociales ayudarán al usuario que quiere manejar sus propias plataformas a entender qué tipo de contenido deberá publicar, la frecuencia de las publicaciones, entender las estadísticas, la competencia, las tendencias y cómo responderle a la audiencia.

-Servicios de fotografías y videos: Gracias a alianzas con terceros se ofrece el servicio de fotografía y video a un precio más asequible que si se reserva por fuera. Ver Anexo F: Fotografías y videos

4.3 ANÁLISIS DOFA DEL SERVICIO

Debilidades:

- Capital limitado para invertir.
- Poco personal dedicado a tema administrativo.

Oportunidades:

- Networking de personas con talento en el mundo.
- Teletrabajo dominado: No se necesita personal *in-house* para trabajar.
- Poder atender clientes internacionales ya que el modelo lo permite.
- Acceso en línea a muchas oportunidades..
- Más de 6.000.000 de venezolanos fuera del país con capacidad para emprender.
- Gracias a la globalización y al *internet*, las marcas se ven con el reto de tener presencia en alguna(s) red(es) social(es).

Fortalezas:

- Posibilidad de cubrir las áreas de diseño, *copywriting*, análisis de métricas y creación de contenido.
- Experiencia previa en el manejo del negocio.
- Costos manejables al no tener grandes gastos.
- Experiencia con clientes a nivel nacional e internacional.

Amenazas:

- Industria competitiva.
- El mercado se redujo y las grandes agencias también compiten por clientes pequeños.
- El mercado se movilizó al área digital.
- Nuevas agencias con mayor alcance.
- Que los *freelancers* desvíen/roben los proyectos.
- Mercado con muchos clientes y poco capital.

Misión: Reconocimiento por los clientes y en el mercado como una agencia que busca entender las necesidades específicas de las marcas para generar propuestas de valor y conectarlas con el público.

Visión: Liderar la industria digital por medio de propuestas y soluciones creativas. Ofrecerle al cliente un servicio acorde a las expectativas para así lograr los objetivos, alcanzando a mayores consumidores.

4.4 ELEMENTOS INNOVADORES DE LA PROPUESTA

- Al ser una agencia digital de teletrabajo los costos disminuyen ya que se evitan gastos fijos como: *wifi*, luz, agua, alquiler de oficina y transporte. Al mismo tiempo, todos los empleados son contratados como *freelancers* por lo que también disminuyen los gastos salariales, documentos administrativos y legales en comparación con un cargo a tiempo completo.
- Otro de los elementos diferenciadores de la agencia es el acompañamiento y atención que se le brinda a los clientes. Parte de la misión de Visualz Media es conectar con las marcas con las que se trabajen y eso hace que el ambiente laboral se desenvuelva mejor.
- Se comprobó gracias a las circunstancias de la pandemia del COVID-19 que el mundo aprendió a trabajar a distancia. Eso permite la captación de clientes en todas partes del mundo, lo que le otorga a Visualz Media un mayor alcance al mercado digital.

4.5 IDENTIDAD GRÁFICA

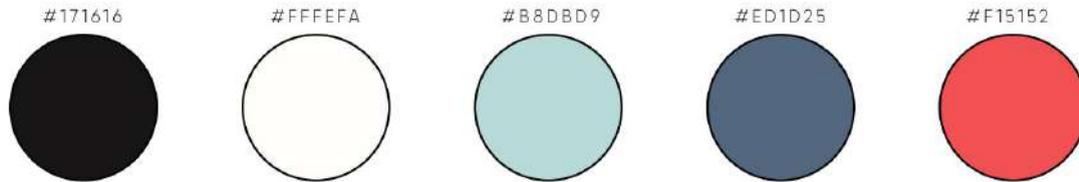
4.6 LOGO

visualz
Media

visualz
Media

4.7 PALETA DE COLORES

Color Hex Palette



4.8 TIPOGRAFÍA

Typography



TEKO

Al 100% del tamaño.
Para títulos.

Groid Rounded Slim

Al 50% del tamaño.
Para texto secundario.

V. PRESUPUESTO DE GASTOS

Se realizó una lista de los elementos necesarios para la realización de la agencia que se divide en gastos fijos: como los salarios y gastos variables.

Gastos Fijos (mensuales):

- Compresor de imágenes *Tiny PNG*: \$3.25
- Tarifa de servicio con *freelancers*: \$360
- Memoria *Google Drive*: \$20
- Herramienta de diseño *Sketch*: \$8.3
- *Wifi*: \$20
- Dominio nombre Visualz Media: \$2.5

Total: \$414.05

Gastos Variables:

- **Facturas:** \$0.5 por factura
Ver Anexo G: Facturero
- **Mantenimiento computadora:** \$100 aproximados por evento de rotura

Total: \$100.50

VI. CONCLUSIONES

Los objetivos para crear este proyecto fueron logrados. Sí es posible crear una agencia digital cuando se tiene un valor agregado que sea el diferenciador en el mercado. En Venezuela y en el mundo continúan los emprendimientos en dónde existen nuevas oportunidades para obtener clientes nuevos. A partir de este proyecto, no solo se obtuvieron nuevos conocimientos acerca de temas organizacionales y de estructura de negocios sino que también se constituyó una empresa que servirá de utilidad para el futuro a corto y mediano plazo de la autora del presente Proyecto Final de Carrera.

El mismo permitió crear una estructura para identificar las distintas áreas del modelo de negocio y ver como trabajan entre sí. Del mismo modo se visualizó una metodología de trabajo en la que se trabajará tanto como con los clientes como con los talentos.

A partir de aquí se puede realizar una agencia digital de redes sociales que sirva como un *hub* entre los freelancers y el cliente.

VII. RECOMENDACIONES

- Involucrar a los compañeros de clase y alumnos de la universidad para el apoyo al proyecto.
- A la Universidad Monteávila se le recomienda ampliar las modalidades del PFC para así poder incentivar a los alumnos que estudian Comunicación Social pero que al mismo tiempo busquen emprender en el área digital o empresarial.
- Hacer el PFC de forma individual puede ser más retador pero al mismo tiempo la persona podrá organizarse según su tiempo, que para los estudiantes que estudian y trabajan al mismo tiempo les puede ayudar más ya que organizan y optimizan su tiempo para evitar un desequilibrio en la división de tareas.

VIII. GLOSARIO

Como una ayuda para poder entender en su totalidad el proyecto presentado, se ofrecen a continuación los conceptos claves de Visualz:

Ads: *Ads* es el vocablo utilizado como prefijo o sufijo sobre todo en marketing digital para hacer referencia a la palabra anglosajona *Advertisement*, cuyo significado es anuncio o publicidad.

Branding: Conjunto de soluciones fundamentales para la nutrición y sobrevivencia de una marca en el mercado. Engloba todas las cuestiones desde su formación hasta su gestión continua, como identidad visual, estrategias de posicionamiento y relación con el público, etc.

Community manager: El responsable/gestor de comunidades de internet, virtuales, digitales, o en línea es quien actúa como auditor de la marca en los medios sociales.

Copy/ies: El texto escrito para una publicación o diseño.

Copywriter: Un *copywriter* es el redactor encargado de escribir los textos publicitarios, que se denominan en inglés “*copy*”.

Diseño: Actividad creativa que tiene por fin proyectar objetos que sean útiles y estéticos.

Freelancer: Un freelancer es una persona que ofrece servicios profesionales o productos a diferentes clientes de manera independiente, es decir, por su propia cuenta. Esta modalidad laboral es muy común, sobre todo en las nuevas generaciones que buscan flexibilidad para llevar a cabo distintos proyectos al mismo tiempo.

Grilla: Una grilla o plan de contenido es un programa de publicación organizado que indica el tema de la publicación y el tiempo, y también es una parte integral del *marketing* de contenido competente.

Lovemark: Define la capacidad de las marcas de atraer y enamorar a su público objetivo. Se trata de enganchar al consumidor y fidelizarlo a través de técnicas que toquen su lado emocional.

Likes: Un *like* (me gusta, en español) es una característica incorporada en redes sociales y otras plataformas online que permite al usuario dar un feedback positivo a cualquier tipo de contenido, y de esta forma conectar con aquello que les interesa.

Post: Texto escrito que se publica en Internet, en espacios como foros, blogs o redes sociales.

Project manager: Un project manager, o jefe de proyectos, es una persona que tiene la responsabilidad general del inicio, la planificación, el diseño, la ejecución, el

seguimiento, el control y el cierre exitosos de un proyecto.

Target: Objetivo, persona o cosa a la que se dirige una acción.

IX. REFERENCIAS

Broitman, P. (2019). La importancia del modelo Canvas para innovar en los negocios - Pontificia Universidad Católica. Retrieved 6 June 2022, from <http://programainnovacionyemprendimiento.uc.cl/noticias/noticias-testimonio-opinion/la-importancia-del-modelo-canvas-para-innovar-en-los-negocios/#:~:text=El%20modelo%20Canvas%20tiene%20los%20negocios%20en%20un%20solo%20cuadro.>

Da Silva, D. (2021). ¿Qué es el modelo Canvas?: los 9 cuadrantes explicados. Retrieved 8 June 2022, from <https://www.zendesk.com.mx/blog/modelo-canvas-que-es/>

Definición De FREELANCE. (2022). Retrieved 9 June 2022, from <https://definicion.de/freelance/>

Digital, M. (2016). MD Marketing Digital - Agencia de Marketing Online. Retrieved 9 June 2022, from <https://www.mdmarketingdigital.com/>

Fernández, F. (2016). PLAN DE NEGOCIOS: EMPRESA DE PUBLICIDAD ONLINE. Retrieved 6 May 2022, from https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/8281/fernandez-federico-nahuel.pdf

Forero, T. (2021).  Sprint Backlog en SCRUM: ¿Qué es y cómo organiza tus tareas?. Retrieved 9 June 2022, from <https://www.crehana.com/blog/disenio-productos/sprint-backlog/>

Jack, M. (2022, March 2). *La lista definitiva de estadísticas de trabajo remoto para 2022*. Findstack. <https://findstack.com/es/remote-work-statistics/>

Maestros, L. (2012). *Resumen Completo - Scrum: El Arte De Hacer El Doble De Trabajo En La Mitad De Tiempo - Basado En El Libro De Jeff Sutherland*.

Maria, L. (2019). 8 formas de crear una agencia de marketing digital | Staff Creativa. Retrieved 3 June 2022, from <https://www.staffcreativa.pe/blog/mejorar-agencia-de-marketing-digital/>

Metodologías de trabajo: cómo facilitar la realización del buen trabajo. (2019).

Retrieved 3 June 2022, from <https://escuelainenka.com/metodologias-de-trabajo/>

Molina, D. (2018). Qué es el Modelo Canvas y ejemplos de Canvas reales. Retrieved 10 June 2022, from <https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-modelo-canvas-y-como-aplicarlo-a-tu-negocio-agile-scrum/>

Polo Moya, D. (2016). Empresas de marketing digital: Aplicando el modelo Canvas de negocios. Retrieved 6 May 2022, from <https://www.emprender-facil.com/modelo-canvas/modelo-canvas-empresas-de-servicios/empresas-de-marketing/>

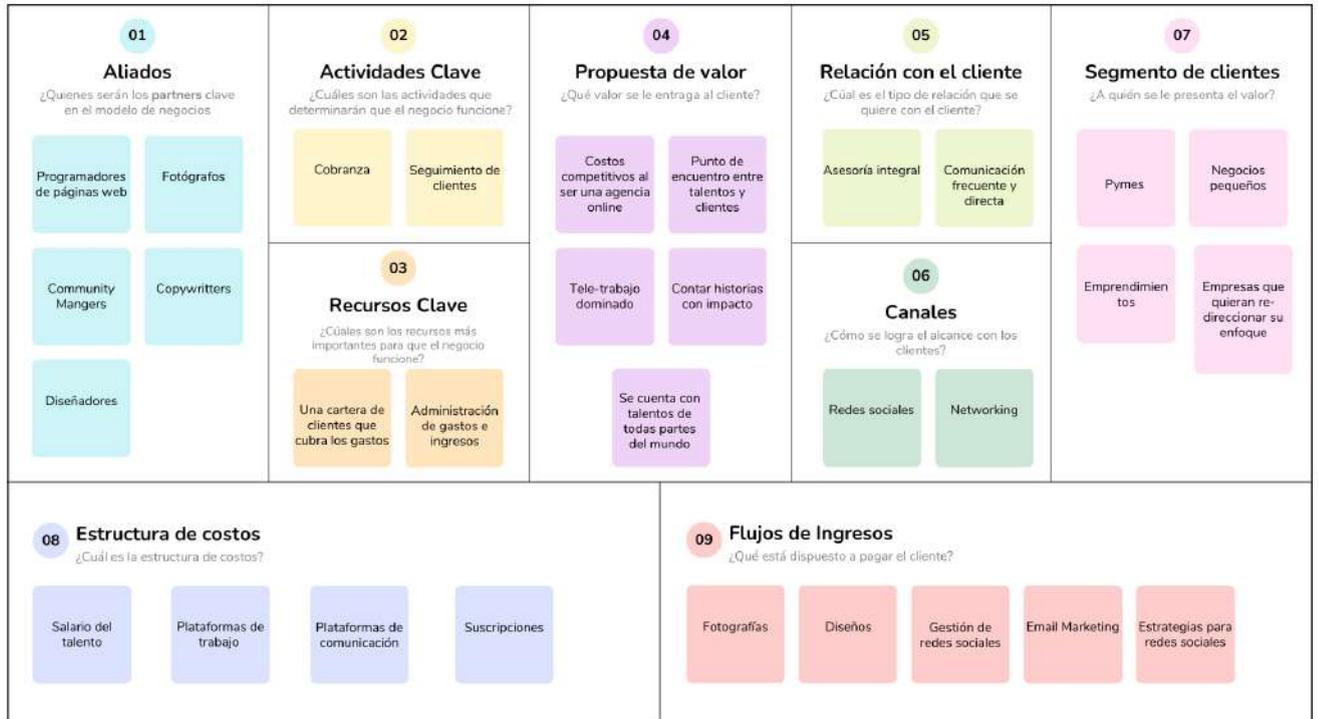
Ramos, J. (2017). Scrum: ¿Qué es el Product Backlog?. Retrieved 9 June 2022, from <https://programacionymas.com/blog/scrum-product-backlog>

Requena, A. (2018). Qué es un Sprint de Scrum. Retrieved 6 May 2022, from <https://openwebinars.net/blog/que-es-un-sprint-scrum/>

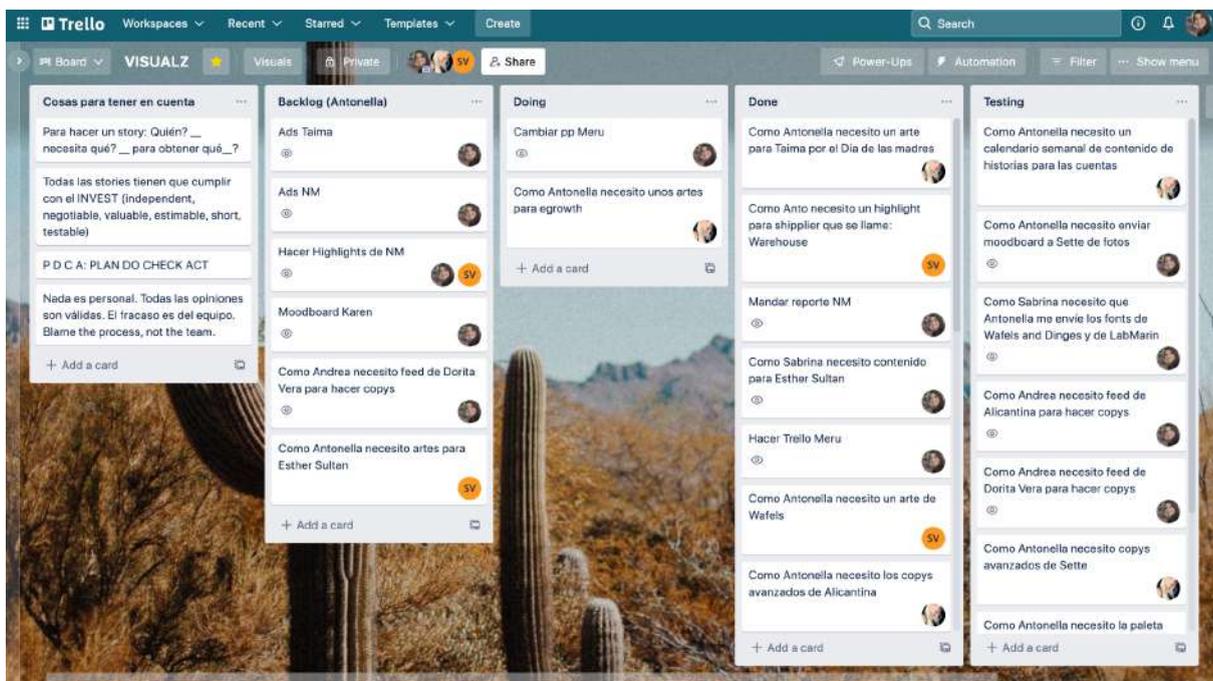
Sánchez, M. (2013). Framework de un Negocio Digital. Retrieved 14 May 2022, from <https://nduces.files.wordpress.com/2016/11/t-f-2016.pdf>

X. ANEXOS

Anexo A: Modelo Canvas Visualz Media



Anexo B: Scrum Visualz Media



Anexo C: Diseño Gráfico

propuesta de logo



propuesta de logo



vista previa en 3D



La obra de arte



El artista



Vagu

Caracas
+58 212 993.99.39

Aeropuerto Internacional
de Maiquetía
+58 212 355.13.05

Bogotá
+57 1 314.65.13

www.vagu.com | info@vagu.com

3-31651063-8



Anexo E: Email Marketing

You can clearly see **which of the kids**



DAD

ORDER NOW

is Dad's biggest fan

We call it **spekuloos**



ORDER NOW

...but you can call it the **belgian cookie spread**

shipped today.
enjoyed any day.

our wafels love to travel and stay fresh up to
five days when received or six weeks
in the freezer

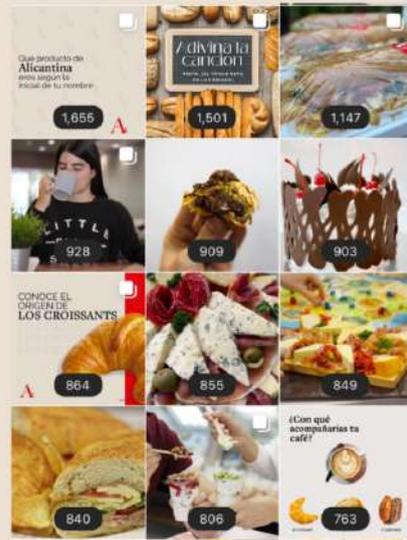
SHOP NOW



Anexo E: Análisis y Reportes

Contenido- Alcance

Las fotos que transmiten emociones tuvieron buena receptividad
Los artes que se han hecho han tenido buena receptividad



4

Overview

Del alcance que tuvimos en Mayo, casi 30.000 usuarios que vieron nuestro contenido no nos siguen. Esto es producto de los ads que se hicieron en el mes de la mano de los reels que empujaron el reach.



Anexo F: Fotografía y Videos



Anexo G: Facturero

visualz
Media

ANTONELLA VISO ESPINA
Calle C, Edif. Colopert, Piso 1, Apt. 1,
Sector Valle Arriba Baruta,
Caracas, Miranda, Zona Postal 1061
E-mail: antonellaviso96@gmail.com
Telf.: (0414) 200.06.33

RIF: V-250015565

Fecha de Emisión	Día	Mes	Año
Caracas	31	03	2022

Nº DE CONTROL **00-00000001** FACTURA Nº **0001**

Nombre o Razón Social: <u>Laboratorio De Patología Mazin 2010 CA</u>	
Domicilio Fiscal: <u>Parque Humboldt</u>	
RIF/C.I.: <u>2-30675331-7</u>	Teléfono: <u>202-9032046</u>
Condiciones de Pago: <u></u>	

Cant.	CONCEPTO	P.Unit	TOTAL
1	Brandim	665,60	665,60
1	Pago diciembre rrs	795,50	795,50
1	Pago enero rrs	795,50	795,50
1	Pago febrero rrs	795,50	795,50
1	Pago marzo rrs	795,50	795,50

ESTA FACTURA VA SIN ENMIENDA

<p>Forma de Pago:</p> <input type="checkbox"/> Efectivo <input type="checkbox"/> Cheque Nº: _____ <input type="checkbox"/> Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/> Banco: _____ <input type="checkbox"/> Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/> Otros: _____	<p>RECIBI CONFORME</p>	<p>Sub - Total Bs. <u>3.847,60</u></p> <p>IVA 16% Sobre Bs. <u>615,62</u></p> <p>TOTAL A PAGAR Bs. <u>4.463,22</u></p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Hecho por: T. El Esterope Teléfacs: 237.17.37 - 237.64.81 - (0414) 255.88.82 - Av. Ppal. de Los Rioses, Caseta Los Rioses, Local 3 - Caracas RIF: 2.00169233-9

Nº de Provisión: SENAT/01.00333 del 28/02/2020 Desde el Nº de Control Nº 88-80000081 hasta el Nº 88-00000089 Fecha: 02-03-2022 Región Capital

COPIA SIN VALOR