

PROYECTO 03

Agencia de presencia y comercialización digital

Haz visible lo que sabes hacer y vender



Inversión inicial orientativa: 500–2.000 €

Horizonte de lanzamiento: 3–5 semanas para lanzar un paquete básico

Documento de trabajo para estudiar, validar y poner a prueba una oportunidad empresarial. Las cifras son hipótesis orientativas, no ofertas ni garantías de rentabilidad.

1. Resumen ejecutivo

Crear y mantener catálogos digitales, fichas de empresa y producto, textos comerciales, fotografías/vídeos básicos, publicaciones y gestión inicial de consultas. El cliente conserva control de sus cuentas y contenidos.

Cliente objetivo: Comercios, profesionales, talleres, fabricantes, hostelería, empresas de reformas y negocios que tienen una oferta valiosa pero la presentan de forma incompleta.

Modelo de ingresos: Alta inicial por preparación de catálogo y cuota mensual por actualización, contenidos y seguimiento. Precio orientativo de prueba: 100–300 €/mes según entregables y frecuencia.

Costes que debes contemplar: Software de diseño y edición, alojamiento, almacenamiento, equipo básico, desplazamientos, tiempo de producción y licencias de recursos.

2. Propuesta comercial y validación

La primera meta no es montar una estructura grande: es comprobar que existe un cliente concreto dispuesto a pagar por una solución delimitada. Antes de invertir, realiza entrevistas, ofrece un piloto y registra resultados.

Oferta mínima: define por escrito qué incluye, qué no incluye, plazo, precio, entregables, responsabilidades y condiciones de cancelación.

Prueba de demanda: contacta al menos a 10–20 prospectos adecuados; busca 2–3 pilotos pagados o compromisos verificables antes de ampliar gastos.

3. Programación de puesta en marcha

Semana 1 · Elegir nicho

Escoger un sector con catálogo actualizable. Entrevistar a 10 empresas y detectar qué información no encuentran sus clientes.

Semana 2 · Definir paquetes

Crear tres niveles con entregables concretos: número de fichas, imágenes, actualizaciones, publicaciones y tiempo de respuesta.

Semana 3 · Preparar muestra

Diseñar un catálogo ficticio o autorizado y una ficha modelo. Definir proceso de aprobación y derechos sobre fotografías y textos.

Semana 4 · Primeros clientes

Ofrecer auditoría breve a 20 negocios y cerrar 2–3 pilotos pagados con alcance delimitado.

Mes 2 · Estandarizar

Plantillas, calendario editorial, checklist de calidad, almacenamiento y procedimiento de cambios.

Mes 3 · Renovación y escala

Medir retención, horas por cuenta y margen. Subir precio o reducir alcance si el trabajo excede lo presupuestado.

4. Economía del proyecto

Inversión orientativa: 500–2.000 €. El importe depende de si se trabaja desde casa, se subcontratan tareas, se dispone de equipo propio y del territorio atendido.

Ingresos: Alta inicial por preparación de catálogo y cuota mensual por actualización, contenidos y seguimiento. Precio orientativo de prueba: 100–300 €/mes según entregables y frecuencia.

Costes: Software de diseño y edición, alojamiento, almacenamiento, equipo básico, desplazamientos, tiempo de producción y licencias de recursos.

Cómo calcular el margen: ingresos cobrados − costes directos − herramientas − desplazamientos − comisiones − seguros − administración − coste del tiempo de trabajo. Después calcula impuestos y tesorería

por separado.

No confundas facturación con beneficio. Haz tres escenarios (prudente, central y favorable) y no uses el favorable para comprometer gastos fijos.

5. Captación y operación

Empieza por un segmento, una zona y una promesa concreta. Prepara una ficha comercial de una página, un ejemplo demostrativo y una lista de prospectos. Registra cada contacto y su siguiente acción. Revisa semanalmente qué canal genera reuniones y clientes que pagan.

Secuencia sugerida: identificar prospecto → contactar → entender necesidad → presentar propuesta → acordar alcance y precio → entregar → revisar satisfacción → renovar o pedir recomendación.

6. Riesgos y controles

No garantizar posicionamiento ni ventas; respetar derechos de imagen, música y marcas; evitar publicar afirmaciones no verificadas; proteger accesos y datos de clientes.

Antes de operar, confirma con asesoría competente las obligaciones fiscales, mercantiles, laborales, de consumo, seguros, licencias y protección de datos que correspondan a la actividad y al municipio.

7. Papel de Anuncia-te y de los GTC

El GTC puede captar negocios, recopilar información, elaborar fichas y coordinar aprobaciones. Las tareas especializadas de fotografía, vídeo, diseño o publicidad pueden subcontratarse con alcance y derechos definidos.

Anuncia-te puede servir como espacio de presentación, catálogo y fuente organizada de información sobre la oferta. La presencia en la plataforma no equivale por sí misma a tráfico, posicionamiento, contactos ni ventas: esos resultados deben medirse y trabajarse comercialmente.

8. Indicadores para decidir si continuar

Altas; fichas publicadas; porcentaje de información aprobada; consultas recibidas; tiempo de producción; renovaciones; coste de adquisición; margen por paquete.

Regla de decisión: continuar si hay demanda pagada, margen positivo y capacidad de cumplir; corregir si hay interés pero no conversión; detener o rediseñar si no aparece disposición real de pago o el coste de servir supera los ingresos.

9. Prompt para pedir ayuda a otras IA

Copia el siguiente texto en otra IA y completa los campos entre corchetes. Pide que contraste la información con fuentes actuales y que señale incertidumbres.

> Actúa como consultor de marketing digital para pymes españolas. Diseña una agencia ligera de presencia digital especializada en [SECTOR] en [LOCALIDAD]. Investiga competidores y precios actuales; propone paquetes con entregables y límites claros, flujo de trabajo, herramientas, costes, capacidad mensual y precios. Diseña una auditoría gratuita de entrada, guion comercial, calendario de contenidos de 30 días y estrategia para conseguir los primeros 10 clientes. Incluye derechos de autor, RGPD, seguridad de contraseñas y publicidad. Separa datos verificados de hipótesis y cita fuentes.

10. Lista de comprobación antes de invertir

- ☐ He hablado con clientes potenciales y documentado necesidades reales.
- ☐ Tengo al menos un piloto, pedido o compromiso verificable.
- ☐ He definido quién contrata, quién factura y quién responde ante el cliente.
- ☐ He comprobado licencias, normativa, seguros y obligaciones fiscales aplicables.
- ☐ He calculado costes, horas de trabajo, margen y tesorería.
- ☐ Puedo prestar el servicio con calidad sin depender de promesas o supuestos no verificados.
- ☐ He definido cómo mediré resultados y cuándo pararé o cambiaré el modelo.

Nota de alcance: Este documento es una guía de planificación empresarial, no asesoramiento financiero, jurídico, fiscal, técnico ni una garantía de ingresos. Verifica precios, normativa y condiciones en el momento de iniciar la actividad.