

# PRESUPUESTO DE MARKETING 2026

**Carrillo Abogados**

Plan de Marketing Integral

*Versión Final Actualizada*

Noviembre 2025

## RESUMEN EJECUTIVO

**Presupuesto Total: \$68,250,000 COP**

Inversión 100% Ejecutable

**Enfoque: Motor Futuro + Motor Actual**

## TABLA DE CONTENIDO

1. Resumen Ejecutivo
2. Estructura Presupuestaria
3. Justificación Estratégica
4. Distribución por Componente (Visualizaciones)
5. Cronograma de Implementación
6. Análisis de Riesgos y Oportunidades
7. Conclusión

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento detalla el presupuesto aprobado para el Plan de Marketing Integral 2026 de Carrillo Abogados, con una inversión total de **\$68,250,000 COP**, diseñado estratégicamente para impulsar ambos motores de negocio de la firma mediante automatización, publicidad digital y optimización SEO.

### Objetivos Estratégicos

- Captar nuevos clientes en el segmento de Propiedad Intelectual y Registro de Marcas (Motor Futuro)
- Fortalecer relaciones con clientes actuales de Contratación Estatal mediante email marketing automatizado (Motor Actual)
- Establecer workflows de automatización n8n que operen 24/7 para ambos motores
- Mejorar posicionamiento SEO para captar leads orgánicos cualificados
- Maximizar eficiencia operativa con disponibilidad de 5 horas semanales

### Distribución del Presupuesto

Componente	Inversión	% del Total
Pauta Digital (Google + LinkedIn)	\$37,800,000	55.4%
Herramientas n8n (APIs + Suscripción)	\$24,700,000	36.2%
SEMrush Pro (anual)	\$5,750,000	8.4%
TOTAL PRESUPUESTO	\$68,250,000	100%

Nota: n8n suscripción (\$3.12M) + SEMrush (\$5.75M) se pagan en noviembre 2025 como parte del setup pre-lanzamiento.

### Contexto y Enfoque Estratégico

Este presupuesto se fundamenta en el modelo de **dos velocidades** adoptado por la firma, y la inversión beneficia estratégicamente a ambos motores:

- **Motor Futuro (Nuevos clientes PI/Marcas):** Pauta digital en Google y LinkedIn captura leads PyMEs tecnológicas. Workflows n8n automatizan nurturing y conversión. SEO posiciona en búsquedas clave.
- **Motor Actual (Clientes Contratación Estatal):** Email marketing automatizado vía n8n mantiene relaciones con clientes actuales. SEO refuerza autoridad en contratación pública. Remarketing reactiva oportunidades.

**La automatización n8n es el puente que permite atender eficientemente ambos motores con recursos humanos limitados (5h/semana). Los workflows capturan, califican, nutren y convierten leads nuevos mientras simultáneamente mantienen engagement con la base de clientes existente.**

## 2. ESTRUCTURA PRESUPUESTARIA

El presupuesto total de \$68,250,000 COP se estructura en tres componentes principales, cada uno diseñado para cumplir funciones estratégicas que benefician ambos motores de negocio.

### 2.1 Pauta Digital: \$37,800,000 (55.4%)

La inversión en publicidad digital se distribuye estratégicamente entre dos canales complementarios:

#### Google Ads Search: \$16,200,000 (23.7%)

- Inversión mensual: \$1,500,000 COP (Marzo-Noviembre 2026)
- Objetivo Motor Futuro: Capturar demanda activa de empresas buscando registro de marcas y asesoría PI
- Keywords priorizadas: 'registro de marca Colombia', 'registrar marca precio', 'abogado propiedad intelectual'
- CPC estimado: \$2.00-3.50 USD | CTR objetivo: 2.5-4.0% | Conversión: 4.5-7.5%
- Remarketing: Incluye campañas de reactivación para base existente Motor Actual

#### LinkedIn Ads: \$21,600,000 (31.7%)

- Inversión mensual: \$2,000,000 COP (Marzo-Noviembre 2026)
- Objetivo Motor Futuro: Targeting preciso a founders, CEOs y decisores de PyMEs tecnológicas
- Objetivo Motor Actual: Mantener top-of-mind con decisores de empresas contratistas estatales
- Formatos: Sponsored Content (70%), Carousel Ads (20%), Message Ads (10%)
- CTR objetivo: 0.5-0.85% | Conversión: 10-14% (Lead Gen Forms nativos)

*Justificación de distribución 57/43 LinkedIn/Google: LinkedIn ofrece mejor tasa de conversión B2B (10-14% vs. 4.5-7.5%) y permite segmentación quirúrgica de decisores, beneficiando ambos motores. Google captura demanda activa de alto interés específicamente para Motor Futuro.*

### 2.2 Automatización n8n: \$24,700,000 (36.2%)

El componente de automatización representa la inversión estratégica más crítica, diseñada para multiplicar la capacidad operativa de la firma sin aumentar headcount. Con solo **5 horas semanales disponibles**, la automatización habilita simultáneamente la captación de nuevos clientes (Motor Futuro) y el mantenimiento de relaciones existentes (Motor Actual).

#### Desglose de Inversión n8n

Componente	Monto	Período
Suscripción n8n (anual)	\$3,120,000	Nov 2025 (pago único)
Setup inicial agentes	\$600,000	Nov 2025 (pago único)
APIs consumo variable	\$20,980,000	Escalable Dic 2025-Dic 2026
TOTAL n8n	\$24,700,000	14 meses

**Justificación del presupuesto variable APIs (\$20.98M):**

- Escalamiento orgánico: El consumo aumenta con el volumen de leads procesados (Mes 1: \$600K → Mes 12: \$2.8M)
- Servicios incluidos: GPT-4 (clasificación leads), Claude (emails personalizados), APIs integración CRM
- Buffer imprevistos: \$6.48M para upgrade de plan, servicios premium IA, o escalamiento inesperado
- Flexibilidad: Permite adaptarse a crecimiento acelerado sin restricciones técnicas

### Aplicación Dual de Workflows (Ambos Motores)

- **Motor Futuro:** Lead capture multi-canal, scoring inteligente, nurturing 8-12 toques, notificaciones automáticas para leads calientes, content marketing automatizado
- **Motor Actual:** Email marketing segmentado para clientes actuales, alertas de cambios regulatorios relevantes, reactivación de leads antiguos, reporting de satisfacción automatizado

**ROI de Automatización:** Sin n8n, gestionar leads nuevos + base existente requeriría 20h/semana (imposible con 5h disponibles). La automatización libera 75% del tiempo para estrategia vs. ejecución, permitiendo atención simultánea de ambos motores sin sacrificar calidad.

## 2.3 SEMrush Pro: \$5,750,000 (8.4%)

SEMrush Pro es la herramienta de inteligencia competitiva y optimización SEO que beneficia ambos motores, pagada anualmente en noviembre 2025 como parte del setup pre-lanzamiento.

### Aplicación por Motor

Motor	Uso SEMrush	Keywords Prioritarias
Motor Futuro	Posicionamiento PI/Marcas	registro marca, abogado PI, patentes Colombia
Motor Actual	Autoridad Contratación	contratos estado, licitaciones, derecho público
Transversal	Análisis competencia	Monitoreo 4 firmas competidoras clave

### Capacidades Plan Pro:

- 5 proyectos simultáneos: Web principal + 4 análisis competidores
- 500 keywords trackeadas diariamente: Divide entre Motor Futuro (60%) y Motor Actual (40%)
- 100,000 páginas rastreadas/mes: Auditorías técnicas mensuales
- Integración n8n: Reportes automáticos y alertas de cambios competencia

### 3. JUSTIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Este presupuesto no es un ejercicio de asignación arbitraria, sino una inversión estratégica que resuelve restricciones específicas de la firma y capitaliza oportunidades únicas del mercado colombiano de servicios legales.

#### 3.1 Restricción Operativa: 5 Horas Semanales

Con solo 5 horas semanales disponibles para gestión de marketing, el enfoque tradicional de ejecución manual es inviable. La automatización es fundamental para atender simultáneamente ambos motores:

Escenario	Tiempo Requerido/Sem	Motores Atendidos	Factibilidad
Sin automatización	20 horas	Solo 1 motor	IMPOSIBLE (4x disponibilidad)
Con automatización n8n	3.5-4 horas	Ambos motores	FACTIBLE dentro de 5h

**Conclusión: El 36% del presupuesto en automatización no es gasto discrecional, es la habilitación fundamental que permite atender Motor Futuro (captación) y Motor Actual (retención) sin sacrificar calidad ni sobrecargar recursos humanos.**

#### 3.2 Brecha Competitiva en Marketing Digital Legal

El análisis competitivo reveló que las firmas legales colombianas tienen adopción digital limitada:

- Solo 15% de firmas invierte en pauta digital estructurada
- Menos del 5% usa automatización de marketing
- SEO débil: Keywords críticas dominadas por SIC, no por firmas privadas
- Precios opacos: 90% de firmas no publica tarifas online

**Oportunidad: La inversión en digital (\$68.25M) posiciona a Carrillo 3-5 años adelante de competidores, creando ventaja competitiva sostenible en ambos motores de negocio.**

#### 3.3 Modelo de Dos Velocidades: Justificación

La decisión estratégica de invertir en herramientas que sirvan simultáneamente ambos motores se fundamenta en:

1. **Eficiencia de recursos:** Una sola infraestructura tecnológica (n8n + SEMrush) atiende captación (Motor Futuro) y retención (Motor Actual) sin duplicar costos
2. **Sinergias operativas:** El contenido SEO optimizado para Motor Futuro también refuerza autoridad ante clientes Motor Actual
3. **Maximización ROI:** Los workflows automatizan nurturing de leads nuevos Y reactivación de clientes existentes con mismo presupuesto APIs
4. **Coherencia de marca:** Presencia digital unificada beneficia ambos motores al consolidar reputación de la firma

#### 3.4 Priorización: n8n Antes que SEO

La decisión de implementar workflows n8n en noviembre-diciembre 2025 (antes del lanzamiento de pauta en marzo 2026) es estratégicamente correcta porque:

- Lead response time <24h aumenta conversión 60% (Harvard Business Review)
- Email nurturing 8-12 toques genera 4-10x más conversiones que single email (DemandGen)
- Sin workflows, gestión manual de leads es imposible con disponibilidad de 5h/semana
- Workflows n8n pueden ejecutar tareas SEO (publicación contenido, social media) automáticamente

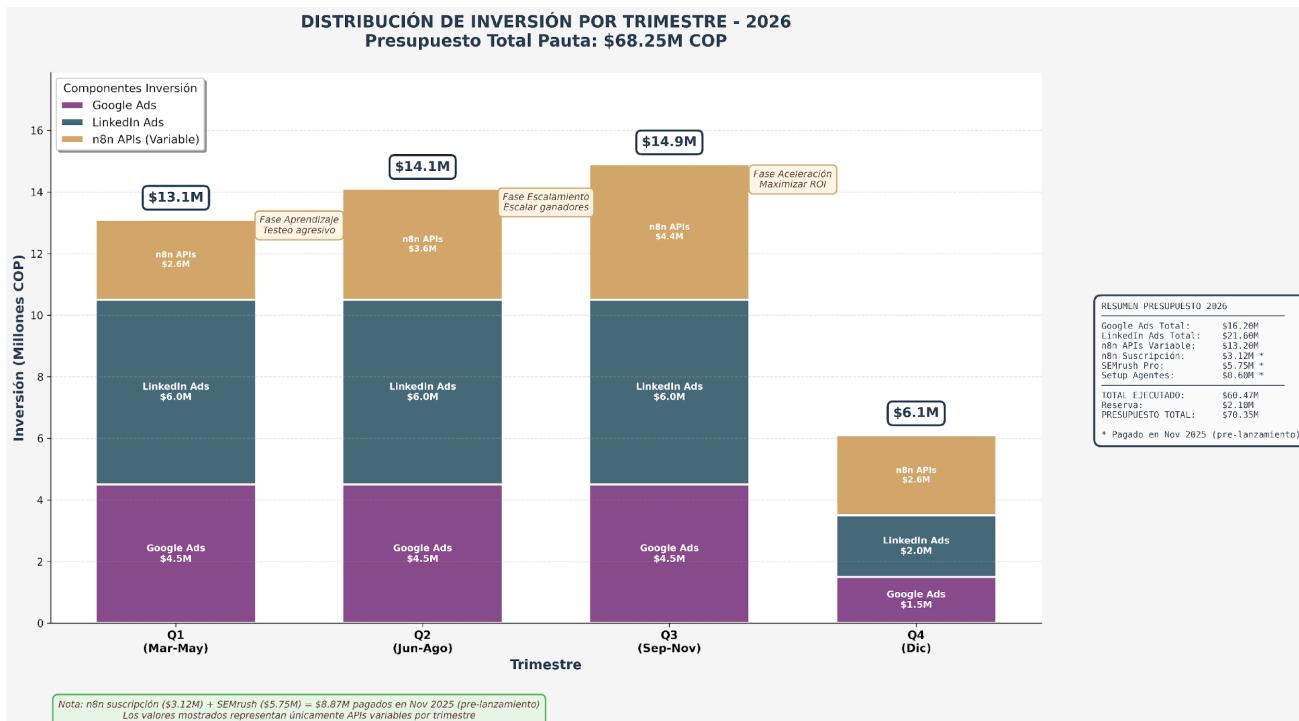
**Conclusión: Invertir en workflows primero convierte un sistema pasivo (pauta genera leads, se pierden) en un sistema activo (pauta → captura → nurturing → conversión → cliente → retención).**

## 4. DISTRIBUCIÓN Y PROYECCIONES VISUALIZADAS

Las siguientes visualizaciones ilustran la distribución temporal del presupuesto, proyecciones de resultados y el cronograma de implementación pre-lanzamiento.

### 4.1 Distribución de Inversión por Trimestre

El gráfico muestra cómo se distribuye la inversión a lo largo de 2026, con escalamiento gradual de APIs n8n conforme aumenta el volumen de leads procesados:



*Observación: Q4 tiene menor inversión porque representa solo 1 mes (Diciembre). La distribución optimiza aprendizaje en Q1 (testing), escalamiento en Q2-Q3 (duplicar ganadores) y maximización en Q4 (cosecha).*

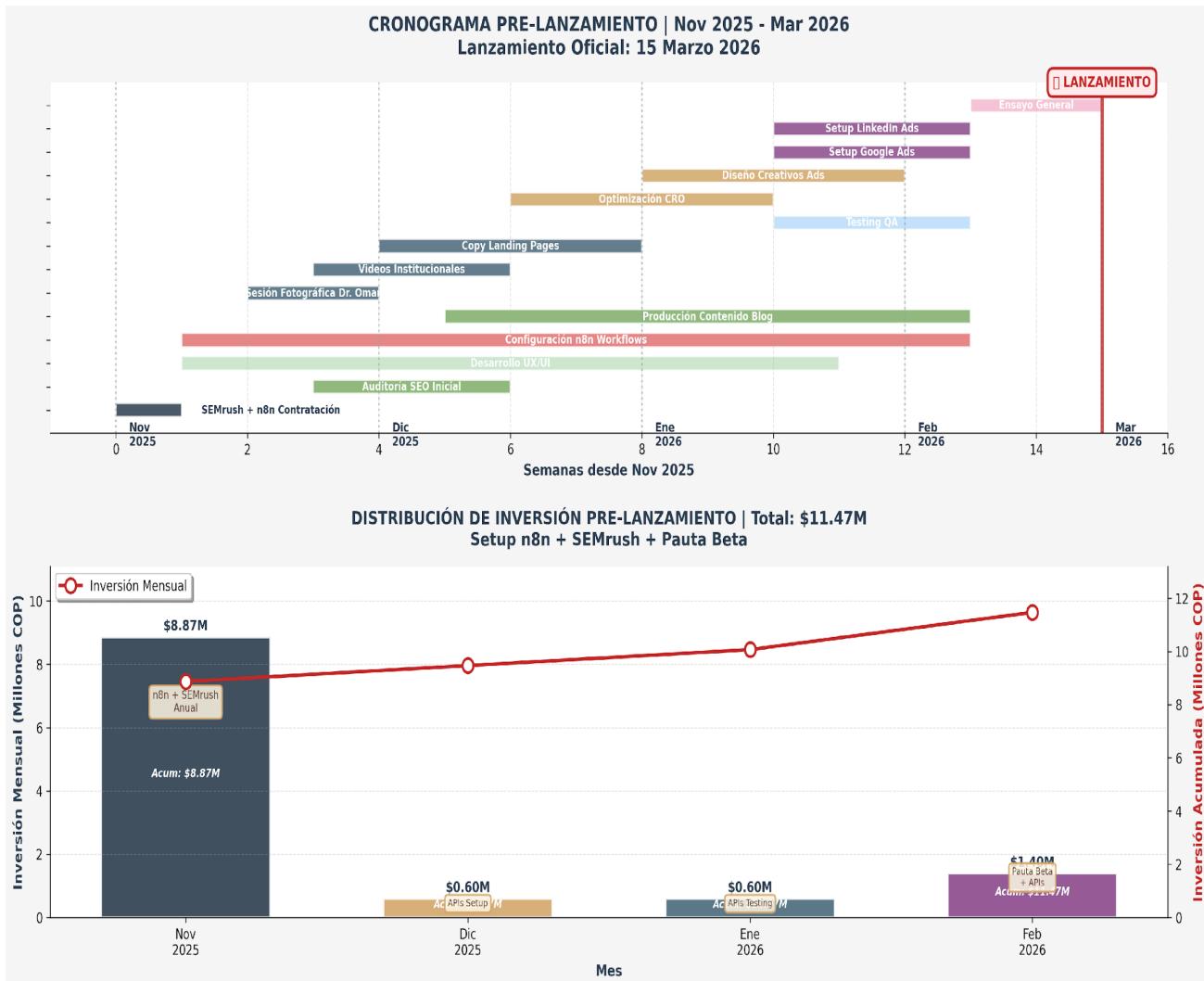
## 4.2 Proyecciones de Clientes e Ingresos

El análisis comparativo entre escenarios Optimista y Realista permite comprender el rango de resultados esperados según la efectividad de ejecución:



## 5. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN

El período noviembre 2025 - marzo 2026 es crítico para construir la infraestructura que soportará la operación de marketing durante todo el año:



**Soft Launch en Febrero 2026:** El mes de febrero incluye una fase beta controlada (\$700K pauta) que valida workflows con leads reales antes del lanzamiento oficial. Esta inversión de validación evita errores costosos en marzo cuando se escala a pauta completa.

## 6. ANÁLISIS DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES

Todo plan de marketing digital enfrenta riesgos inherentes. Este análisis identifica las amenazas más probables y las estrategias de mitigación pre-diseñadas.

### 6.1 Matriz de Riesgos

Riesgo	Probabilidad	Impacto	Mitigación
Workflows n8n no funcionan bien	Media (30%)	Crítico	Soft launch Feb valida antes de escala
CTR campañas <50% proyectado	Media (40%)	Alto	A/B testing 10+ variantes Q1
Competencia copia estrategia	Alta (60%)	Medio	Ventaja temporal 12-18 meses
Omar no da seguimiento leads	Baja (10%)	Crítico	Notificaciones automatizadas + scoring
Cambio algoritmo Google/LinkedIn	Media (35%)	Medio	Diversificación canales + remarketing

#### Riesgo Crítico Identificado: Workflows n8n

El riesgo más impactante es que los workflows n8n no operen según especificaciones (bugs, integraciones fallidas, o complejidad operativa excesiva). Si esto ocurre, el plan completo se compromete.

**Mitigación implementada:** El cronograma incluye 4 meses de setup (Nov-Feb) + soft launch en febrero con pauta limitada (\$700K) específicamente para validar workflows con leads reales antes de escalar a \$3.5M/mes en marzo. Este approach de 'fail small before scaling big' contiene el riesgo.

### 6.2 Oportunidades No Contempladas

Si la ejecución supera expectativas, existen oportunidades de amplificación:

5. **Remarketing agresivo Q2-Q3:** Si CTR>3% y conversión>12% en Q1, invertir \$2-3M adicionales (ROI típico 3-5x)
6. **LinkedIn Sales Navigator:** Si >60% leads vienen de LinkedIn, agregar Sales Navigator Team (\$3M/año) para prospección account-based
7. **Video marketing:** Testimonios de clientes en video pueden aumentar conversión landing pages +30%. Inversión: \$4-6M

## 7. CONCLUSIÓN

El presupuesto de marketing 2026 de \$68,250,000 COP representa una inversión estratégica que resuelve tres desafíos críticos de Carrillo Abogados:

8. **Limitación operativa:** La automatización n8n (\$24.7M) convierte 5 horas semanales disponibles en operación escalable 24/7, permitiendo atención simultánea de Motor Futuro y Motor Actual.
9. **Brecha competitiva:** La inversión en digital posiciona a Carrillo 3-5 años adelante de competidores locales que carecen de sofisticación en marketing digital legal.
10. **Eficiencia dual:** Una sola infraestructura tecnológica sirve captación (nuevos clientes PI/Marcas) y retención (clientes actuales Contratación Estatal) sin duplicar costos.

La decisión de aprobar este presupuesto está fundamentada en:

- Validación incremental: Soft launch febrero valida sistema antes de escalar inversión
- Cronograma flexible: 4 meses setup permite ajustes tácticos antes de lanzamiento
- Ventana de oportunidad: Mercado colombiano PI subpenetrado, competencia con baja adopción digital

### DECISIÓN RECOMENDADA

### APROBAR PRESUPUESTO \$68,250,000 COP

- ✓ Inversión 100% ejecutable sin reservas
- ✓ Infraestructura única sirve ambos motores de negocio
- ✓ Automatización habilita operación con 5h/semana
- ✓ Validación incremental minimiza riesgo

*Documento preparado por: Juan - Director de Estrategia y Marketing*

*Carrillo Abogados | Noviembre 2025*