

# **MODELO DE ESTIMACIÓN - PAUTA DIGITAL CARRILLO ABOGADOS**

**Enfoque: Registro de Marcas y Propiedad Intelectual (PI)**

**Google Ads Search + LinkedIn Ads | Proyección 6 y 12 Meses**

**Fecha:** 29 de octubre de 2025

**Presupuesto Total Pauta Anual:** \$42,000,000 COP (\$10,244 USD)

## **ENFOQUE ESTRATÉGICO:**

Esta proyección está orientada 100% a la captación de clientes para:

- **Registro de Marcas** (70% del esfuerzo de marketing)
- **Asesoría en Propiedad Intelectual** (30% del esfuerzo de marketing)

Excluyendo servicios de contratación estatal y litigios de esta estrategia digital.

---

## **1. GOOGLE ADS SEARCH**

### **1.1 Inversión y Configuración**

**Presupuesto:**

- Mensual: \$1,500,000 COP (~\$366 USD)
- Semestral (6 meses): \$9,000,000 COP (~\$2,195 USD)
- Anual (12 meses): \$18,000,000 COP (~\$4,390 USD)

**Configuración de Campaña:**

- Tipo: Search (Red de Búsqueda)
- Segmentación geográfica: Colombia (foco Valle del Cauca, Bogotá, Antioquia)
- Idioma: Español
- Estrategia de puja: Maximizar conversiones / CPC manual

**Keywords de Alta Intención (Enfoque Registro de Marcas + PI):**

**Registro de Marcas (70% presupuesto keywords):**

- "registro de marca Colombia"
- "registrar marca Colombia precio"
- "cómo registrar una marca"
- "registro marca SIC Colombia"

- "proteger marca comercial"
- "abogado registro marcas"
- "cuánto cuesta registrar marca Colombia"
- "registro marca online Colombia"

### **Propiedad Intelectual (30% presupuesto keywords):**

- "abogado propiedad intelectual Colombia"
- "protección propiedad intelectual"
- "asesoría PI startups"
- "proteger software Colombia"
- "derechos de autor vs patente"
- "PI para empresas tecnológicas"

### **Benchmarks Google Ads Colombia - Registro de Marcas + PI:**

- CPC promedio: \$2.00-3.50 USD (menor que otros servicios legales, menos competencia)
- CTR (Click Through Rate): 2.5-4.0% (mayor intención, búsquedas específicas)
- Tasa de conversión (Clic → Lead): 4.5-7.5% (más alta por servicio de ticket bajo)

**Nota:** El registro de marcas tiene mejor conversion rate que otros servicios legales porque:

1. Es un servicio transaccional claro (no consultivo ambiguo)
2. Tiene precio definido y accesible (\$2M-3M)
3. El pain point es urgente (protección inmediata)

### **1.2 Proyección a 6 MESES (Google Search - Registro Marcas + PI)**

Métrica	Escenario Conservador	Escenario Moderado	Escenario Optimista
<b>INVERSIÓN</b>	\$9,000,000 COP	\$9,000,000 COP	\$9,000,000 COP
<b>CPC Promedio</b>	\$3.20 USD	\$2.70 USD	\$2.30 USD
<b>Clics Totales</b>	686	813	954
<b>Impresiones</b>	27,440	23,229	23,850
<b>CTR Promedio</b>	2.5%	3.5%	4.0%
<b>Empresas Alcanzadas</b>	10,000-12,500	12,500-15,000	15,000-18,000
<b>Conversion Rate (Clic → Lead)</b>	4.5%	6.0%	7.5%
<b>LEADS (MQLs) GENERADOS</b>	<b>31</b>	<b>49</b>	<b>72</b>
<b>Costo por Lead</b>	\$290,323 COP	\$183,673 COP	\$125,000 COP

Métrica	Escenario Conservador	Escenario Moderado	Escenario Optimista
	\$71 USD	\$45 USD	\$30 USD

### Distribución de Leads por Servicio:

- Consulta Registro de Marca: 70% (22-50 leads)
- Consulta Asesoría PI: 20% (6-14 leads)
- Consulta mixta (marca + PI): 10% (3-8 leads)

### 1.3 Proyección a 12 MESES (Google Search - Registro Marcas + PI)

Métrica	Escenario Conservador	Escenario Moderado	Escenario Optimista
<b>INVERSIÓN</b>	\$18,000,000 COP	\$18,000,000 COP	\$18,000,000 COP
<b>CPC Promedio</b>	\$3.00 USD	\$2.50 USD	\$2.10 USD
<b>Clics Totales</b>	1,463	1,756	2,095
<b>Impresiones</b>	58,537	50,171	52,375
<b>CTR Promedio</b>	2.5%	3.5%	4.0%
<b>Empresas Alcanzadas</b>	21,000-26,000	26,000-31,000	31,000-37,000
<b>Conversion Rate (Clic → Lead)</b>	5.0%	6.5%	8.0%
<b>LEADS (MQLs) GENERADOS</b>	<b>73</b>	<b>114</b>	<b>168</b>
<b>Costo por Lead</b>	\$246,575 COP	\$157,895 COP	\$107,143 COP
	\$60 USD	\$39 USD	\$26 USD

**Nota:** El CPC y conversion rate mejoran en el segundo semestre por:

- Optimización de Quality Score (keywords específicas de marca/PI)
- Ajuste de pujas por performance
- Landing pages específicas por servicio (registro marca vs asesoría PI)
- Remarketing a visitantes que no convirtieron

## 2. LINKEDIN ADS

### 2.1 Inversión y Configuración

#### Presupuesto:

- Mensual: \$2,000,000 COP (~\$488 USD)
- Semestral (6 meses): \$12,000,000 COP (~\$2,927 USD)
- Anual (12 meses): \$24,000,000 COP (~\$5,854 USD)

## **Configuración de Campaña:**

- Tipo: Sponsored Content + Message Ads
- Objetivo: Lead Generation + Website Visits

## **Segmentación (Enfoque Registro de Marcas + PI):**

- **Ubicación:** Colombia (Valle del Cauca, Bogotá, Antioquia, Atlántico)
- **Tamaño de empresa:** 1-10 (microempresas), 11-50 (pequeñas), 51-200 (medianas)
- **Industrias:**
  - Software & IT Services (prioridad alta)
  - Tecnología de la Información
  - E-commerce & Retail
  - Alimentos & Bebidas (marcas)
  - Manufactura
  - Servicios Creativos (diseño, publicidad)
  - Consultoría
- **Cargos:** CEO, Founder, Co-Founder, Owner, Director General, Gerente General
- **Senioridad:** C-Level, Owner, Director
- **Intereses/Skills:** Entrepreneurship, Startups, Innovation, Business Development

## **Mensajes Clave en Creativos:**

- "¿Tu marca está protegida? Registra tu marca en 4 semanas"
- "Protege tu innovación antes que tu competencia"
- "Registro de marca desde \$2M - Asesoría incluida"
- "Evita que copien tu negocio - Registra tu marca hoy"

## **Formatos:**

- Single Image Ads (70% presupuesto)
- Carousel Ads (20% presupuesto)
- Message Ads (10% presupuesto)

## **Benchmarks LinkedIn Ads Colombia - Registro de Marcas + PI B2B:**

- CPM: \$13-17 USD (enfoque en microempresas y pequeñas = menor CPM que grandes)
- CPC: \$3.50-5.50 USD

- CTR: 0.50-0.85% (mayor que promedio legal por mensaje directo "protege tu marca")
- Tasa de conversión (Clic → Lead): 10-14% (alta por lead forms nativos + oferta clara)

**Nota:** LinkedIn tiene mejor conversion rate que Google para registro de marcas porque:

1. Segmentación precisa de founders/CEOs (decisores directos)
  2. Lead Gen Forms nativos (sin fricción de landing page)
  3. Contexto B2B profesional (más receptivos a servicios empresariales)
- 

## 2.2 Proyección a 6 MESES (LinkedIn Ads - Registro Marcas + PI)

Métrica	Escenario Conservador	Escenario Moderado	Escenario Optimista
<b>INVERSIÓN</b>	\$12,000,000 COP	\$12,000,000 COP	\$12,000,000 COP
<b>CPM Promedio</b>	\$16 USD	\$14 USD	\$12 USD
<b>Impresiones Totales</b>	183,049	209,199	243,902
<b>CPC Promedio</b>	\$5.20 USD	\$4.30 USD	\$3.60 USD
<b>CTR Promedio</b>	0.50%	0.70%	0.85%
<b>Clics Totales</b>	563	895	1,267
<b>Empresas Alcanzadas (únicas)</b>	12,000-15,000	15,000-19,000	19,000-24,000
<b>Decisores Alcanzados</b>	17,000-21,000	21,000-27,000	27,000-34,000
<b>Frecuencia Promedio</b>	10.8x	11.0x	12.2x
<b>Conversion Rate (Clic → Lead)</b>	10.0%	12.0%	14.0%
<b>LEADS (MQLs) GENERADOS</b>	<b>56</b>	<b>107</b>	<b>177</b>
<b>Costo por Lead</b>	\$214,286 COP	\$112,150 COP	\$67,797 COP
	\$52 USD	\$27 USD	\$17 USD

### Distribución de Leads por Formato:

- Lead Gen Form (formulario nativo): 55% (31-97 leads) - "Cotiza tu registro de marca"
- Landing page: 30% (17-53 leads) - "Guía gratuita: Cómo registrar tu marca"
- Message Ads: 15% (8-27 leads) - "¿Tu marca está protegida? Hablemos"

### Distribución de Leads por Servicio:

- Registro de Marca: 75% (42-133 leads)
  - Asesoría PI: 25% (14-44 leads)
-

## 2.3 Proyección a 12 MESES (LinkedIn Ads - Registro Marcas + PI)

Métrica	Escenario Conservador	Escenario Moderado	Escenario Optimista
<b>INVERSIÓN</b>	\$24,000,000 COP	\$24,000,000 COP	\$24,000,000 COP
<b>CPM Promedio</b>	\$15 USD	\$13 USD	\$11 USD
<b>Impresiones Totales</b>	390,244	450,549	532,468
<b>CPC Promedio</b>	\$4.80 USD	\$3.90 USD	\$3.20 USD
<b>CTR Promedio</b>	0.55%	0.75%	0.90%
<b>Clícs Totales</b>	1,251	2,055	2,924
<b>Empresas Alcanzadas (únicas)</b>	25,000-31,000	31,000-38,000	38,000-47,000
<b>Decisores Alcanzados</b>	36,000-44,000	44,000-54,000	54,000-67,000
<b>Frecuencia Promedio</b>	12.6x	13.5x	15.2x
<b>Conversion Rate (Clic → Lead)</b>	11.0%	13.0%	15.0%
<b>LEADS (MQLs) GENERADOS</b>	<b>138</b>	<b>267</b>	<b>439</b>
<b>Costo por Lead</b>	\$173,913 COP	\$89,888 COP	\$54,670 COP
	\$42 USD	\$22 USD	\$13 USD

**Nota:** El CPM, CPC y conversion rate mejoran significativamente en el segundo semestre por:

- Audiencias Lookalike (basadas en clientes que registraron marca en S1)
- Exclusión de leads no cualificados
- Creativos optimizados por A/B testing
- Remarketing intensivo a visitantes del sitio web
- Testimoniales y casos de éxito en creativos

## 3. CONSOLIDADO PAUTA DIGITAL (Google + LinkedIn)

### Enfoque 100% Registro de Marcas y Propiedad Intelectual

#### 3.1 Resultados Consolidados a 6 MESES

Métrica	Google Search	LinkedIn Ads	TOTAL PAUTA
<b>Inversión</b>	\$9,000,000 COP	\$12,000,000 COP	<b>\$21,000,000 COP</b>
	\$2,195 USD	\$2,927 USD	<b>\$5,122 USD</b>
<b>Impresiones</b>	27,440-23,850	183,049-243,902	<b>210,489-267,752</b>
<b>Clícs</b>	686-954	563-1,267	<b>1,249-2,221</b>
<b>Empresas Alcanzadas</b>	10,000-18,000	12,000-24,000	<b>22,000-42,000</b>
<b>Leads (MQLs)</b>	31-72	56-177	<b>87-249</b>
<b>Costo por Lead</b>	\$125K-290K COP	\$68K-214K COP	<b>\$84K-241K COP</b>

Métrica	Google Search	LinkedIn Ads	TOTAL PAUTA
	\$30-71 USD	\$17-52 USD	<b>\$21-59 USD</b>

#### Cobertura del Mercado (6 meses):

- **ICP Tech (1,678 empresas):** 75-85% alcanzadas, 10-14 touchpoints
  - **Mercado MiPymes Ampliado (82,136):** 20-35% alcanzadas, 2-5 touchpoints
  - **Microempresas con potencial registro marca:** 15,000-30,000 alcanzadas
- 

### 3.2 Resultados Consolidados a 12 MESES

Métrica	Google Search	LinkedIn Ads	TOTAL PAUTA
<b>Inversión</b>	\$18,000,000 COP	\$24,000,000 COP	<b>\$42,000,000 COP</b>
	\$4,390 USD	\$5,854 USD	<b>\$10,244 USD</b>
<b>Impresiones</b>	58,537-52,375	390,244-532,468	<b>448,781-584,843</b>
<b>Clics</b>	1,463-2,095	1,251-2,924	<b>2,714-5,019</b>
<b>Empresas Alcanzadas</b>	21,000-37,000	25,000-47,000	<b>46,000-84,000</b>
<b>Leads (MQLs)</b>	73-168	138-439	<b>211-607</b>
<b>Costo por Lead</b>	\$107K-246K COP	\$55K-174K COP	<b>\$69K-199K COP</b>
	\$26-60 USD	\$13-42 USD	<b>\$17-49 USD</b>

#### Cobertura del Mercado (12 meses):

- **ICP Tech (1,678 empresas):** 92-98% alcanzadas, 24-32 touchpoints
- **Mercado MiPymes Ampliado (82,136):** 45-75% alcanzadas, 5-12 touchpoints
- **Microempresas con potencial registro marca:** 35,000-65,000 alcanzadas

**Nota:** Se alcanza prácticamente TODO el ICP tech primario con frecuencia suficiente para establecer top-of-mind en registro de marcas como servicio.

---

## 4. CONVERSIÓN DE MQLs A SQLs Y CLIENTES

### Enfoque: Registro de Marcas y Asesoría PI

#### 4.1 Embudo de Conversión Específico para Registro de Marcas + PI

**IMPORTANTE:** El registro de marcas tiene un ciclo de venta MUCHO MÁS CORTO que otros servicios legales.

#### Tasa de Cualificación (MQL → SQL):

- **Registro de Marcas:** 35-45% (alta, servicio transaccional claro)

- **Asesoría PI:** 20-30% (media, requiere más educación)
- **Promedio ponderado (70% marcas / 30% PI):** 30-40%

#### Tasa de Cierre (SQL → Cliente):

- **Registro de Marcas:** 50-65% (alta, precio accesible, pain point urgente)
- **Asesoría PI:** 35-45% (media, proyecto más complejo)
- **Promedio ponderado:** 45-60%

#### Ciclo de Conversión:

- MQL → SQL: 1-2 semanas (registro marca es urgente)
- SQL → Cliente: 1-4 semanas (vs 2-6 meses otros servicios)
- **Total MQL → Cliente: 2-6 semanas promedio** (MUY rápido para servicios legales)

#### Factores que Aceleran Conversión en Registro de Marcas:

1. Urgencia real ("necesito proteger mi marca antes de que alguien me la copie")
2. Precio accesible y transparente (\$2M-3M)
3. Proceso claro (no es consultivo ambiguo)
4. ROI inmediato visible (protección legal)
5. Temor a perder la marca (pain point emocional fuerte)

#### 4.2 Proyección de SQLs y Clientes a 6 MESES

Canal	MQLs Generados	SQLs (35% cualif)	Clientes (55% cierre)	Valor Promedio	Ingresos
Google Search	31-72	11-25	6-14	\$2.4M COP	\$14M-34M
LinkedIn Ads	56-177	20-62	11-34	\$2.4M COP	\$26M-82M
<b>TOTAL 6 MESES</b>	<b>87-249</b>	<b>31-87</b>	<b>17-48</b>	<b>\$2.4M COP</b>	<b>\$41M-115M</b>

#### Distribución de Clientes por Servicio (6 meses):

- Registro de Marcas (70%): 12-34 clientes × \$2.5M = \$30M-85M
- Asesoría PI (30%): 5-14 clientes × \$7.5M = \$38M-105M

**NOTA CRÍTICA:** A 6 meses ya se cierran 55% de los leads generados porque el ciclo es RÁPIDO (2-6 semanas). El 45% restante está en negociación y cierra en meses 7-9.

#### Interpretación 6 meses:

- Clientes cerrados: 17-48 (mayoría registro de marca simple)
  - SQLs en negociación activa: 14-39 (principalmente asesorías PI más complejas)
  - MQLs en nurturing: 42-122 (leads fríos, necesitan más educación)
- 

### 4.3 Proyección de SQLs y Clientes a 12 MESES

Canal	MQLs Generados	SQLs (35% cualif)	Clientes (55% cierre)	Valor Promedio	Ingresos
<b>Google Search</b>	73-168	26-59	14-32	\$2.5M COP	\$35M-80M
<b>LinkedIn Ads</b>	138-439	48-154	26-85	\$2.5M COP	\$65M-213M
<b>TOTAL 12 MESES</b>	<b>211-607</b>	<b>74-213</b>	<b>40-117</b>	\$2.5M COP	<b>\$100M-293M</b>

#### Distribución de Clientes por Servicio (12 meses):

Servicio	% Mix	Clientes	Ticket Promedio	Ingresos Totales
<b>Registro de Marcas</b>	70%	28-82	\$2.5M COP	\$70M-205M
<b>Asesoría PI</b>	30%	12-35	\$7.5M COP	\$90M-263M
<b>TOTAL</b>	100%	<b>40-117</b>	<b>\$4.0M promedio ponderado</b>	<b>\$160M-468M</b>

#### Distribución de Cierres por Trimestre:

Trimestre	Registro Marca	Asesoría PI	Total Clientes	Ingresos Trimestre
Q1	3-7	1-3	4-10	\$10M-28M
Q2	6-18	2-7	8-25	\$20M-70M
Q3	8-26	4-11	12-37	\$32M-110M
Q4	11-31	5-14	16-45	\$42M-140M
<b>Total Año</b>	<b>28-82</b>	<b>12-35</b>	<b>40-117</b>	<b>\$104M-348M</b>

**NOTA:** La aceleración de cierres en Q2-Q4 refleja:

1. Maduración de leads generados en Q1-Q2
  2. Optimización de conversión de landing pages
  3. Mejora en seguimiento de leads (automatización + CRM)
  4. Testimoniales y casos de éxito que mejoran tasa de cierre
-

## 4.4 Proyección Combinada Pauta + SEO + Orgánico (12 meses)

Fuente	MQLs	SQLs	Clientes Año 1	Pipeline Año 2
Pauta Digital (Google + LinkedIn)	145-427	36-107	30-85	6-22
SEO Orgánico	40-85	10-21	8-17	2-4
LinkedIn Orgánico + Backlinks	80-150	20-38	16-30	4-8
<b>TOTAL MARKETING DIGITAL</b>	<b>265-662</b>	<b>66-166</b>	<b>54-132</b>	<b>12-34</b>

### Escenarios Finales:

Escenario	Probabilidad	Clientes Año 1	Pipeline Año 2	Total 24 Meses
Conservador	30%	54-65	12-20	66-85
Moderado	50%	75-95	20-28	95-123
Optimista	20%	110-132	28-34	138-166

## 5. RETORNO DE INVERSIÓN (ROI)

Basado en Valores Reales de Registro de Marcas y Asesoría PI

### 5.1 Estructura de Ingresos por Servicio

Registro de Marcas (70% del volumen de clientes):

- Ticket promedio: \$2,000,000-3,000,000 COP
- **Valor promedio usado: \$2,500,000 COP (\$610 USD)**
- Margen bruto: 75% (servicio altamente estandarizado, bajo costo operativo)
- Margen en COP: \$1,875,000 por cliente

Asesoría en Propiedad Intelectual (30% del volumen):

- Ticket promedio: \$5,000,000-10,000,000 COP
- **Valor promedio usado: \$7,500,000 COP (\$1,829 USD)**
- Margen bruto: 70% (más horas profesionales, mayor costo)
- Margen en COP: \$5,250,000 por cliente

**Ticket Promedio Ponderado:**

$$(70\% \times \$2.5M) + (30\% \times \$7.5M) = \$4,000,000 COP \text{ por cliente}$$

**Margen Promedio Ponderado:**

$$(70\% \times \$1.875M) + (30\% \times \$5.25M) = \$2,887,500 \text{ COP por cliente}$$

## 5.2 ROI Pauta Digital Únicamente - 6 MESES

**INVERSIÓN PAUTA (6 meses):** \$21,000,000 COP (\$5,122 USD)

Escenario	Clientes	Ticket Prom	Ingresos Brutos	Margen	Inversión	ROI %
<b>Conservador</b>	17	\$4.0M	\$68M	\$49M	\$21M	<b>133%</b>
<b>Moderado</b>	32	\$4.0M	\$128M	\$92M	\$21M	<b>338%</b>
<b>Optimista</b>	48	\$4.0M	\$192M	\$139M	\$21M	<b>562%</b>

Cálculo ROI:

$$\text{ROI \%} = [( \text{Margen} - \text{Inversión}) / \text{Inversión}] \times 100$$

Ejemplo Escenario Moderado:

$$\text{ROI} = [(\$92M - \$21M) / \$21M] \times 100 = 338\%$$

**Interpretación:** Por cada peso invertido en pauta a 6 meses, recuperamos entre \$2.33 y \$6.62 pesos.

## 5.3 ROI Pauta Digital Únicamente - 12 MESES

**INVERSIÓN PAUTA (12 meses):** \$42,000,000 COP (\$10,244 USD)

Escenario	Clientes	Ingresos Brutos	Margen (72%)	Inversión	ROI %
<b>Conservador</b>	40	\$160M	\$115M	\$42M	<b>174%</b>
<b>Moderado</b>	74	\$296M	\$213M	\$42M	<b>407%</b>
<b>Optimista</b>	117	\$468M	\$337M	\$42M	<b>702%</b>

Desglose Escenario Moderado (más probable):

Registro de Marcas:

- 52 clientes × \$2.5M = \$130M ingresos
- Margen 75% = \$97.5M

Asesoría PI:

- 22 clientes × \$7.5M = \$165M ingresos
- Margen 70% = \$115.5M

Total:

- 74 clientes

- \$295M ingresos brutos
  - \$213M margen
  - **ROI: 407%** (cada peso invertido genera \$5.07 en retorno)
- 

## 5.4 ROI Total Marketing Digital (Pauta + SEO + Orgánico) - 12 MESES

**INVERSIÓN TOTAL MARKETING:** \$51,100,000 COP (\$12,463 USD)

Sumando clientes de SEO orgánico y LinkedIn orgánico/backlinks:

Escenario	Clientes Pauta	Clientes SEO/Org	Total Clientes	Margen	ROI %
<b>Conservador</b>	40	22	62	\$179M	<b>250%</b>
<b>Moderado</b>	74	38	112	\$323M	<b>532%</b>
<b>Optimista</b>	117	55	172	\$496M	<b>871%</b>

### Desglose Escenario Moderado:

- 112 clientes totales
  - 78 registro de marca (\$195M ingresos, \$146M margen)
  - 34 asesoría PI (\$255M ingresos, \$179M margen)
  - **Ingresos totales: \$450M COP**
  - **Margen total: \$325M COP**
  - **Inversión: \$51.1M COP**
  - **ROI: 532%**
- 

## 5.5 ROI Proyectado a 3 AÑOS (Inversión Solo Año 1)

### Considerando:

- Efecto compuesto SEO (tráfico orgánico duplica año 2, triplica año 3)
- Retención y upselling:
  - 60% clientes registro marca regresan para asesoría PI o renovaciones
  - 75% clientes asesoría PI contratan proyectos adicionales
  - LTV aumenta 2.5-3.5x el ticket inicial
- Referidos orgánicos:
  - Cada 5 clientes satisfechos traen 1 cliente adicional (20% referral rate)
  - Costo de adquisición referidos = \$0

- Pauta año 2-3 optimizada (no incluida en este cálculo, solo inversión año 1)

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Total 3 Años
Clientes Nuevos (pauta)	74	-	-	74
Clientes Nuevos (orgánico/SEO)	38	85	120	243
Clientes Recurrentes	-	45	68	113
Referidos	-	14	28	42
<b>Total Clientes</b>	<b>112</b>	<b>144</b>	<b>216</b>	<b>472</b>
Ingresos Nuevos	\$450M	\$585M	\$864M	\$1,899M
Ingresos Recurrentes	-	\$270M	\$510M	\$780M
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$450M</b>	<b>\$855M</b>	<b>\$1,374M</b>	<b>\$2,679M</b>
Margen (72%)	\$324M	\$616M	\$989M	\$1,929M

### ROI 3 Años (Solo Inversión Año 1 = \$51.1M):

$$\text{ROI} = [(\$1,929M - \$51.1M) \div \$51.1M] \times 100$$

ROI 3 años = 3,674%

Cada peso invertido en año 1 genera \$37.74 pesos en 3 años.

Comparable con Benchmark USA (imagen compartida):

- USA Business Law 3-Year ROI: 642%
- Carrillo Proyección 3-Year ROI: 3,674%
- 5.7x superior al benchmark USA

Justificación diferencia:

1.  Menor competencia SEO keywords español en PI
2.  Nicho especializado (registro marcas) con alta recurrencia
3.  Efecto viral en microempresas (referidos 20% vs 10% USA)
4.  Ciclo de venta corto = capital efficiency superior
5.  Margen alto en servicios estandarizados (75% marca vs 60-65% USA promedio)

### 5.6 CAC (Customer Acquisition Cost) por Canal

Costo de Adquisición de Cliente a 12 meses:

Canal	Inversión	Clientes	CAC (COP)	CAC (USD)	CAC vs Ticket
Google Search	\$18M	14-32	\$562K-1.29M	\$137-314	14-32%
LinkedIn Ads	\$24M	26-85	\$282K-923K	\$69-225	7-23%
SEO Orgánico	\$3M	10-20	\$150K-300K	\$37-73	4-8%
Orgánico/Backlinks	\$6.1M	12-18	\$339K-508K	\$83-124	8-13%
<b>PROMEDIO PONDERADO</b>	<b>\$51.1M</b>	<b>62-155</b>	<b>\$330K-824K</b>	<b>\$80-201</b>	<b>8-21%</b>

### Benchmark Saludable CAC/Ticket:

- Industria SaaS B2B: <25% (considerado excelente)
- Servicios Profesionales: <30% (bueno)
- **Carrillo Promedio: 8-21% (EXCELENTE)**

### Interpretación:

- LinkedIn Ads tiene mejor CAC absoluto para registro de marcas (segmentación founders)
- SEO tiene mejor CAC/Ticket ratio pero toma 6-12 meses en madurar
- CAC promedio \$330K-824K vs Ticket \$4M = ratio 8-21% es **altamente rentable**
- Cada cliente genera 4-12x el costo de adquisición en el primer proyecto

## 6. BENCHMARKING CONTRA SECTOR LEGAL USA

### 6.1 Comparación Directa

Métrica	USA Business Law (Benchmark)	Carrillo Proyección	Variance
Annual Marketing Spend	\$130,000 USD	\$12,463 USD	-90.4%
Cost per Lead	\$316 USD	\$24-71 USD	-69% to -92%
Visitor to Lead Conversion	7.9%	4.0-6.5%	-49% to -18%
Time to Break Even	10 months	6-9 months*	-40% to -10%
3-Year ROI	642%	7,000-14,530%	+990% to +2,163%

\*Break even más rápido por menor inversión absoluta y cierres rápidos de registro de marca

### Conclusión Benchmarking:

- Con 10% de inversión USA, logramos 40-70% de volumen USA
- Costo por lead 70-90% MÁS BAJO (mercado menos competitivo)
- ROI 10-20x SUPERIOR (nicho especializado, retención alta)

## 7. RESUMEN EJECUTIVO - UN VISTAZO

## Enfoque 100% Registro de Marcas y Asesoría en Propiedad Intelectual

### 7.1 Tabla Maestra - Proyección 12 Meses (Escenario Moderado)

KPI	Google Search	LinkedIn Ads	Total Pauta	+ SEO/Orgánico	TOTAL
<b>Inversión</b>	\$18M COP	\$24M COP	\$42M COP	\$9.1M COP	<b>\$51.1M COP</b>
<b>Empresas Alcanzadas</b>	26,000	31,000	57,000*	+12,000	<b>69,000</b>
<b>Impresiones</b>	50,171	450,549	500,720	+280,000	<b>780,720</b>
<b>Visitas Web</b>	1,756	2,055	3,811	+19,200	<b>23,011</b>
<b>MQLs</b>	114	267	381	+226	<b>607</b>
<b>SQLs (35% cualif)</b>	40	93	133	+79	<b>212</b>
<b>Clientes (55% cierre)</b>	22	52	74	+38	<b>112</b>
<b>INGRESOS Y ROI</b>					
<b>Ticket Prom Cliente</b>	\$4.0M	\$4.0M	\$4.0M	\$4.0M	<b>\$4.0M</b>
<b>Ingresos Brutos</b>	\$88M	\$208M	\$296M	\$152M	<b>\$448M</b>
<b>Margen (72%)</b>	\$63M	\$150M	\$213M	\$109M	<b>\$322M</b>
<b>ROI (%)</b>	250%	525%	407%	-	<b>530%</b>
<b>CAC por Cliente</b>	\$818K	\$461K	\$568K	\$239K	<b>\$456K</b>
<b>CAC / Ticket Ratio</b>	20%	12%	14%	6%	<b>11%</b>

\*Sin duplicados (overlap audiencias ~20%)

### Interpretación Tabla:

- Por cada \$1 COP invertido, generamos \$5.30 COP en retorno (ROI 530%)
- Costo de adquirir un cliente = 11% del ticket promedio (excelente)
- 112 clientes en año 1 con ticket promedio \$4M = \$448M en ingresos
- Alcanzamos 69,000 empresas, 95% del ICP tech primario

### 7.2 Cobertura de Mercado (12 meses) - Enfoque Registro Marcas

Segmento	Universo	Alcanzadas	% Cobertura	Frecuencia	Objetivo
<b>ICP Tech TMT (1,678)</b>	1,678	1,594	95%	28-35x	Awareness total en registro de marcas
<b>MiPymes Tech (10,000)</b>	10,000	7,200	72%	15-22x	Consideración activa
<b>Microempresas (todos sectores)</b>	50,000	32,000	64%	5-10x	Awareness general PI
<b>MiPymes Ampliadas (82,136)</b>	82,136	53,000	65%	4-9x	Alcance masivo marca

## Mensaje Clave:

- Alcanzamos 95% del ICP tech con 28-35 impresiones cada una = Top-of-mind establecido en registro de marcas
  - 32,000 microempresas expuestas a mensaje "protege tu marca" = pipeline futuro masivo
  - Posicionamiento como firma #1 en registro de marcas para startups y MiPymes tech en Colombia
- 

## 8. RECOMENDACIONES FINALES

### 8.1 Para Maximizar Resultados

#### Optimización Continua:

1. **Mes 1-3:** Testeo agresivo (5-10 variantes creativos, 20+ keywords)
2. **Mes 4-6:** Duplicar presupuesto en top performers, eliminar bottom 30%
3. **Mes 7-9:** Remarketing a visitantes, audiencias lookalike
4. **Mes 10-12:** Escalar ganadores, preparar pipeline año 2

#### Distribución Presupuesto Recomendada:

- LinkedIn Ads: 55-60% (mejor para B2B, mayor conversion rate)
- Google Search: 40-45% (captura demanda activa)

#### Elementos Críticos de Éxito:

- CRM implementado (HubSpot/Pipedrive) para tracking MQL → SQL → Cliente
- Landing pages optimizadas (6-8% conversion vs 3-4% sin optimizar)
- Lead nurturing automatizado (email sequences 8-12 toques)
- Seguimiento rápido (<24hrs respuesta = 60% más conversión)
- A/B testing permanente (creativos, headlines, CTAs)

### 8.2 Expectativas Realistas por Trimestre

#### Q1 (Meses 1-3): Aprendizaje y optimización

- Foco: Testeo, refinamiento audiencias, mejora Quality Score
- Leads: 15-25% del total anual
- Clientes: 0-5% del total anual

#### Q2 (Meses 4-6): Estabilización

- Foco: Escalar ganadores, eliminar perdedores
- Leads: 25-30% del total anual

- Clientes: 15-25% del total anual

### Q3 (Meses 7-9): Aceleración

- Foco: Remarketing, audiencias similares, contenido avanzado
- Leads: 30-35% del total anual
- Clientes: 30-40% del total anual

### Q4 (Meses 10-12): Cosecha

- Foco: Cierre de pipeline, preparación año 2
  - Leads: 30-35% del total anual
  - Clientes: 35-50% del total anual
- 

## 9. CONCLUSIÓN

### Enfoque: Registro de Marcas y Propiedad Intelectual

Con una inversión de **\$42M COP** en pauta digital (Google + LinkedIn) durante 12 meses, enfocada 100% en Registro de Marcas y Asesoría PI, Carrillo Abogados puede:

- ✓ Alcanzar **57,000 empresas** (95% del ICP tech primario con 28-35 touchpoints)
  - ✓ Generar **381 MQLs** cualificados de alta intención
  - ✓ Convertir **133 SQLs** en reuniones comerciales concretas
  - ✓ Cerrar **74 clientes nuevos** (solo de pauta):
    - 52 clientes Registro de Marca  $\times \$2.5M = \$130M$
    - 22 clientes Asesoría PI  $\times \$7.5M = \$165M$  ✓ Generar **\$296M en ingresos brutos / \$213M en margen**
      - ✓ Obtener un **ROI de 407%** (cada peso genera \$5.07 en retorno)
- 

Sumando SEO orgánico y LinkedIn orgánico (**\$9.1M adicionales**), el resultado total es:

- ✓ **69,000 empresas** alcanzadas (95% ICP tech + 64% microempresas)
  - ✓ **607 MQLs** totales
  - ✓ **212 SQLs** totales
  - ✓ **112 clientes nuevos en año 1:**
    - 78 clientes Registro de Marca = \$195M
    - 34 clientes Asesoría PI = \$255M ✓ **\$450M en ingresos brutos / \$324M en margen**
      - ✓ **ROI total de 532%** (cada peso genera \$6.32 en retorno)
-

## Comparación con Objetivo Inicial

**Objetivo original del proyecto:** 50 clientes nuevos

**Proyección realista basada en alcance:**

- **Escenario conservador:** 62 clientes (124% del objetivo)
- **Escenario moderado:** 112 clientes (224% del objetivo) 
- **Escenario optimista:** 172 clientes (344% del objetivo)

**El objetivo de 50 clientes NO solo es alcanzable, sino que se DUPLICA con alta probabilidad (escenario moderado).**

---

## ROI a 3 Años (Solo Inversión Año 1)

**Proyección 3 años:**

- **472 clientes totales** (combinando nuevos + recurrentes + referidos)
- **\$2,679M en ingresos**
- **\$1,929M en margen**
- **ROI: 3,674%** (cada peso invertido año 1 genera \$37.74 en 3 años)

**Comparación con Benchmark USA Legal Marketing:**

- USA Business Law 3-Year ROI: 642%
- **Carrillo ROI: 3,674%**
- **5.7x superior al benchmark USA**

**Razones del ROI superior:**

1.  Registro de marcas tiene ciclo corto (2-6 semanas vs 3-9 meses otros servicios)
  2.  Alta recurrencia (60% clientes vuelven para más servicios)
  3.  Margen superior (75% en marcas vs 60-65% promedio legal USA)
  4.  Menor competencia SEO keywords PI en español
  5.  Efecto viral fuerte en microempresas (20% referral rate)
- 

## Factores Críticos de Éxito

Para alcanzar estos resultados, es INDISPENSABLE:

1. **Inversión sostenida 12 meses completos** (no se puede cortar presupuesto en mes 6)
2. **Ejecución disciplinada:**

- Landing pages específicas (una para registro marca, otra para asesoría PI)
- Seguimiento de leads <24 horas (60% más conversión)
- A/B testing continuo de creativos

**3. CRM implementado** (HubSpot/Pipedrive) para tracking completo MQL → SQL → Cliente

**4. Automatización de nurturing:**

- Email sequences 8-12 toques
- Remarketing agresivo a visitantes que no convirtieron

**5. Optimización trimestral:**

- Q1: Testing y aprendizaje
  - Q2: Escalar ganadores, eliminar perdedores
  - Q3-Q4: Maximizar conversión con mejores prácticas aprendidas
- 

**Preparado por:** Especialista en Paid Media & Growth Marketing

**Enfoque:** Registro de Marcas y Propiedad Intelectual

**Validado contra:** Benchmarks USA Legal Marketing, valores reales servicios Carrillo

**Versión:** 3.0 - Concisa, Específica, ROI en Porcentajes