



# SISTEMA INTEGRAL DEL MARIO CASTRO TEAM

Comercial + Marketing + Financiero +  
Estratégico + IA

(La versión final, completa e integrada)

PARTE 1

# SISTEMA COMERCIAL + FOLLOW UP + IA + NEUROVENTA

## Apertura – El problema del mercado

El negocio inmobiliario no falla por producto. Falla por procesos, seguimiento, velocidad y conversión real.

**Leads que no se atienden**

Información que llega tarde o mal

**Clientes que se enfrían**

Asesores sin método

**Falta de reuniones**

Oportunidades perdidas

Tu equipo no puede darse ese lujo. Vos sos uno de los mejores equipos del mundo.

# Entrada de lead – IA inmediata

Cuando entra un lead:

01

La IA responde al instante

02

Califica al cliente

03

Lo ordena según intención,  
capacidad, urgencia y tipología

04

Le envía la información correcta

05

Lo prepara emocionalmente (neuroventa) para estar  
más receptivo

El cliente llega "caliente", informado y predispuesto.

# IA que responde todo el 100% del tiempo

- Disponibilidad
- Precios
- Renders
- Videos
- Estado de obra
- Listas actualizadas
- Financiación
- Carpeta comercial
- Fechas estimadas
- Preguntas frecuentes
- Comparativas

La IA le responde al lead como si fuera un asesor senior 24/7.

# Asignación inteligente por IA

Deriva cada lead al asesor ideal según:

## Carga de trabajo

Performance histórica

## Disponibilidad

Velocidad de respuesta

## Tipo de producto

Nivel del cliente

Todo queda trazado.



# Seguimiento automático y predictivo

La IA avisa:

"Este cliente está activo."

"Abrió la carpeta comercial 3 veces."

"Hace 24 horas que el asesor no responde."

"Quedó una unidad ideal para él."

"Cambió la lista de precios, ofrecé reunión."

Nunca más leads perdidos. Nunca más "se me pasó".

# Neuroventa integrada

El sistema arma:



Mensajes correctos según perfil psicológico



Secuencias con anclajes emocionales

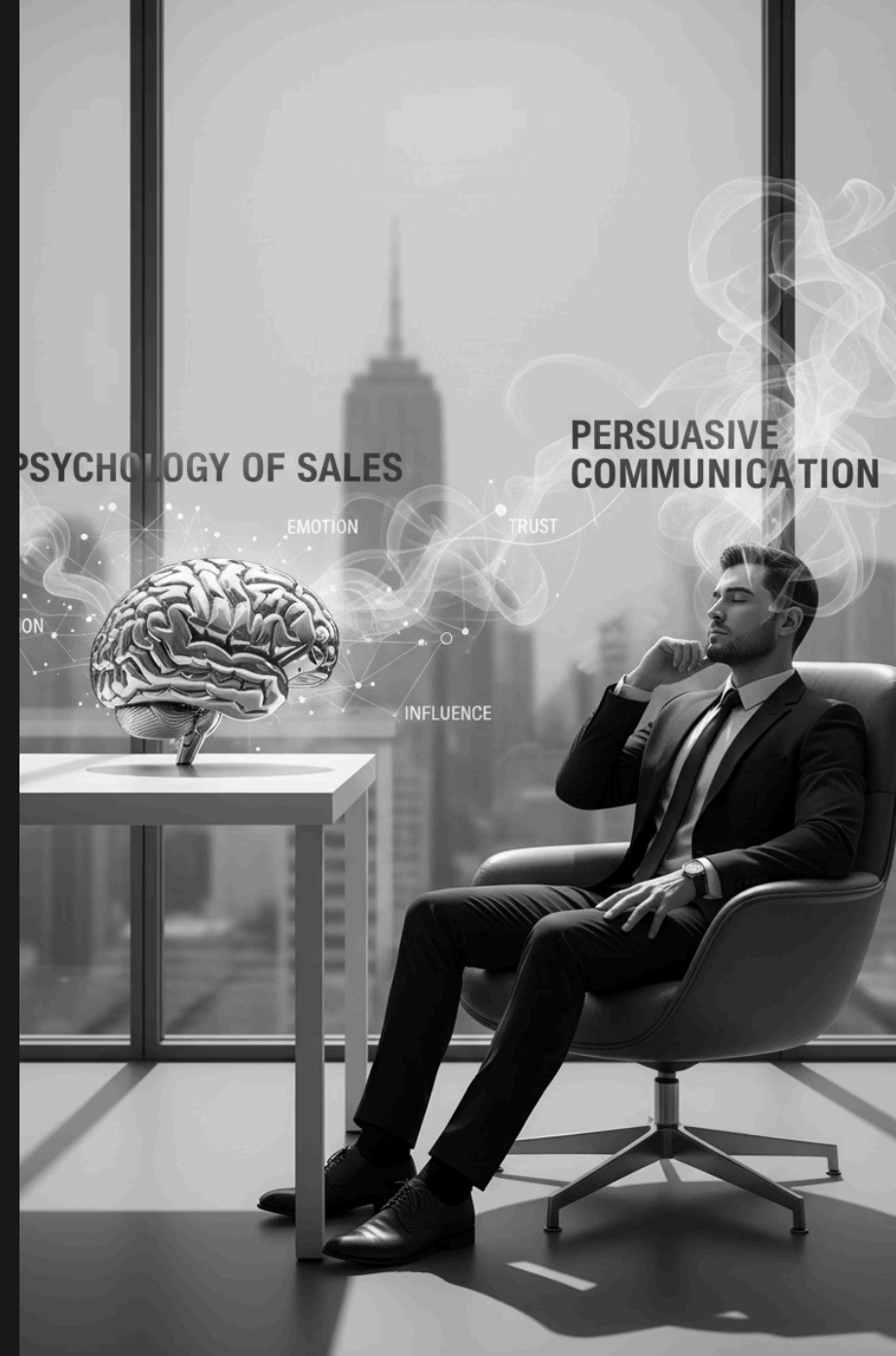


Recordatorios persuasivos

Guiones basados en urgencia, autoridad y escasez

Recomendaciones de cierres según tipo de cliente

Es vender con psicología, no solo con información.



# Reuniones y propuestas

## Mide:

- Reuniones generadas
- Reuniones concretadas
- Propuestas enviadas
- Propuestas abiertas
- Propuestas caídas
- Motivo de caída

La IA arma propuestas instantáneas con comparativas, alternativas y storytelling comercial.

---

## Performance del equipo

En tiempo real:



### Actividades

Velocidad de respuesta



### Ranking de asesores

Leads quemados



### Conversión por etapa

Conversión por proyecto



### Leads en riesgo

Pipeline completo

Esto te da control absoluto del área comercial.



PARTE 2

# SISTEMA DE MARKETING Y PUBLICIDAD + KPIs + TRACKING COMPLETO

(Lo que pediste ahora)


Esta parte es clave porque convierte tu empresa en una máquina de:

- Medir
- Optimizar
- Reducir costo por lead
- Aumentar conversiones
- Planificar campañas rentables


## 1. Dashboard de campañas en tiempo real




# El sistema muestra:




Todas las campañas activas




Canales: Meta Ads, Google Ads, TikTok Ads, LinkedIn Ads, YouTube




Gasto diario / semanal / mensual




Inversión acumulada



Objetivo de cada campaña



Segmentación



Creatividades activas

Todo en un tablero centralizado.







## 2. KPIs de marketing por campaña

- Costo por lead (CPL)
  - Costo por reunión (CPM)
  - Costo por propuesta
  - Costo por venta
  - Retorno por inversión publicitaria (ROAS)
  - Costo por agente (si es campaña de leads para un asesor)
- Leads generados por campaña
  - Leads calificados por campaña
  - Conversión de campaña a operación
  - Duración media de la conversión del lead
  - Tasa de actividad del lead

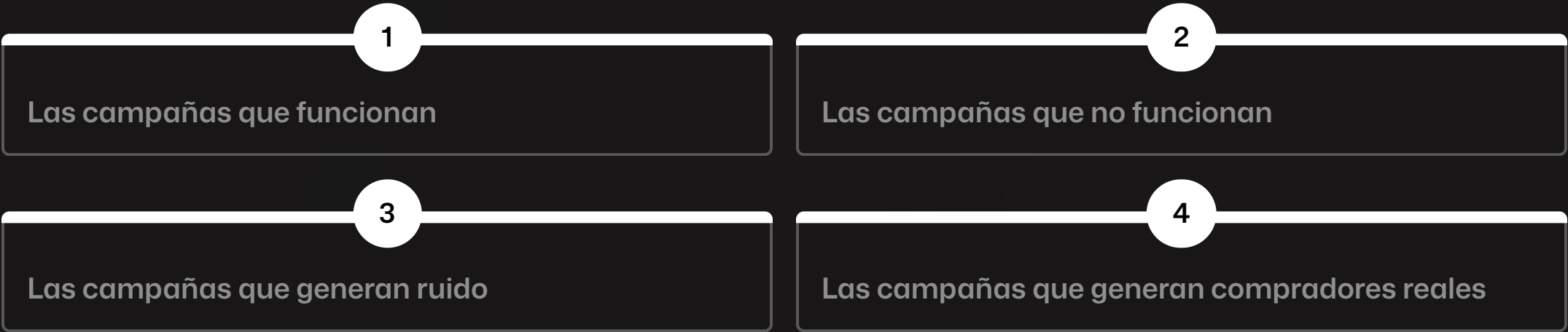
Estos KPIs te muestran dónde invertir más y dónde cortar ya.

# 3. Ranking de campañas por performance

Se ordenan automáticamente por:

-  Costo por lead
-  Calidad del lead
-  Velocidad de respuesta
-  Velocidad de conversión
-  Costo por operación
-  Rentabilidad generada


El sistema identifica:



# 4. Traqueo completo del funnel de marketing → ventas

Cada lead tiene:

- |                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Fuente exacta (campaña, ad set, anuncio, creativo)</li><li>• Coste individual</li><li>• Ruta comercial</li><li>• Seguimientos recibidos</li><li>• Actividad real (clics, aperturas, descargas)</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Reuniones agendadas</li><li>• Reuniones concretadas</li><li>• Propuesta enviada</li><li>• Cierre logrado</li><li>• Ticket final vendido</li></ul> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

 **De esta manera podés decir:** "Esta campaña me generó 130 leads, 24 reuniones, 12 propuestas y 2 ventas."

# 5. IA optimizadora de campañas

La IA recomienda:

- ☐ Dónde subir presupuesto
- ☐ Dónde bajarlo
- ☐ Qué creativos eliminar
- ☐ Qué audiencias escalar
- ☐ Qué copy mejorar
- ☐ Qué landing modificar
- ☐ Qué proyectos necesitan más publicidad
- ☐ Qué proyectos deben frenarse

Es como tener un director de marketing senior 24/7.

PARTE 3

# SISTEMA FINANCIERO DEL MARIO CASTRO TEAM

(Lo que te deja a vos cada proyecto y el negocio completo)

Ya integrado con la parte comercial y la de marketing.

# Estructura Financiera Completa

## 1. Ingresos por proyecto

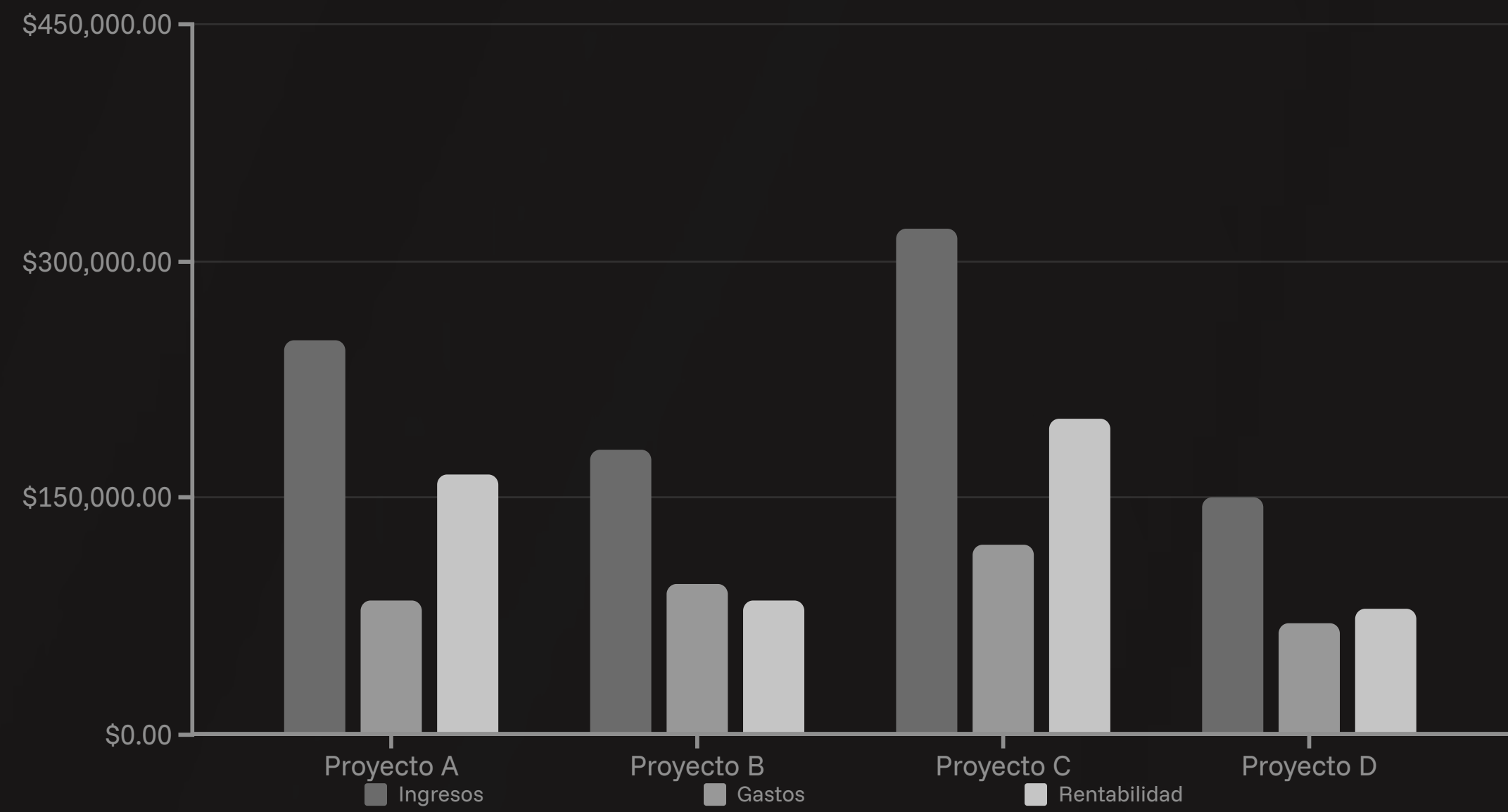
- Ingresos por comisiones
- Ingresos por exclusividad
- Ingresos por acuerdos especiales
- Ingresos por referidos
- Ingresos por marketing aportado por la desarrolladora
- Ingresos secundarios generados por el proyecto

## 2. Gastos por proyecto

- Inversión publicitaria específica
- Producciones multimedia
- Diseño
- Campañas
- Horas del equipo
- Reuniones, cafés, eventos
- Material comercial
- Costos administrativos
- Comisiones internas pagadas

## 3. Rentabilidad final del proyecto para vos

- Inversión total vs ingreso total
- Profit real
- Rentabilidad por unidad vendida
- Rentabilidad por agente dentro del proyecto
- Rentabilidad por etapa
- Coste por lead del proyecto
- Costo por reunión
- Costo por venta



### Esto te responde:

¿Cuál proyecto me deja más? ¿Cuál proyecto no me conviene? ¿Qué proyecto debo priorizar?

## Ingresos por Agente del Team

El sistema también marca **ingresos por agente del team** en base a su esquema comisional y negocio generado por fuerza de ventas de desarrollos (es aparte).





PARTE 4

SISTEMA DE RENTABILIDAD DE LA EMPRESA

(Tu economía real)

Ingresos y Gastos

- Ingresos totales del mes
- Gastos totales del mes
- Rentabilidad mensual
- Rentabilidad trimestral

Costos por área:

- Marketing
- Multimedia
- Administración
- Ventas
- Legal
- Impuestos

KPIs principales:


- Margen neto de la empresa
- Curva de ingresos reales
- Curva de gastos reales
- Proyección a 3-6-12 meses
- Caja disponible
- Caja necesaria
- Brecha entre ventas y estructura





PARTE 5 DIRECCIÓN ESTRATÉGICA + IA (PARA ESCALAR TU EMPRESA)

La IA te responde:

Cuánto vas a facturar el próximo mes	Cuánto vas a gastar	Qué agente está en pérdida
Qué proyecto es más rentable	Qué campaña es más efectiva	

Qué proyecto está perdiendo ritmo

Qué cambios deberías hacer en tu estructura

Qué acciones impactan más en tu rentabilidad

Qué pasaría si...:

- Sumás un agente
- Invertís más en marketing
- Dejás un proyecto
- Sumás dos proyectos
- Doblast presupuesto
- Reducís gastos
- Cambias comisiones

Esto te convierte en un director empresarial con visión completa.

PARTE 6 CONCLUSIÓN FINAL

¿Qué es este sistema realmente?

Este sistema no es un CRM. Es un ecosistema operativo completo del Mario Castro Team.

Incluye:









Es un cerebro operativo que:

- Te dice qué vender
- Cómo vender
- A quién vender
- Con qué mensaje
- Con qué campaña
- Con qué agente
- Con qué inversión
- Y con qué rentabilidad

Es la herramienta que convierte al Mario Castro Team no en un equipo inmobiliario, sino en una empresa moderna, escalable, predecible y con datos en tiempo real.

Te permite:

- Vender más
- Gastar mejor
- Escalar sin riesgos
- Tomar mejores decisiones
- Optimizar tu equipo
- Maximizar tu rentabilidad y sostener tu liderazgo mundial

MÓDULO FINANCIERO DEL MARIO CASTRO TEAM

Ingresos, egresos, rentabilidad y estructura real

Este módulo se enfoca en TU empresa, no en el desarrollador.






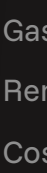
4.1 Ingresos

- Ingresos por comisiones de ventas
- Ingresos por exclusividad
- Ingresos por acuerdos con desarrolladoras
- Ingresos por campañas que pagan terceros
- Ingresos por referidos
- Ingresos por ventas tradicionales
- Ingresos por alianzas
- Ingresos por eventos comerciales

4.2 Costos del Mario Castro Team

- Costos de marketing
- Costos multimedia
- Equipo administrativo
- Honorarios legales
- Impuestos
- Campañas
- Eventos
- Regalos
- Movilidad
- Herramientas tecnológicas
- IA
- CRM
- Alquiler
- Servicios
- Equipamiento

Debe calcular:

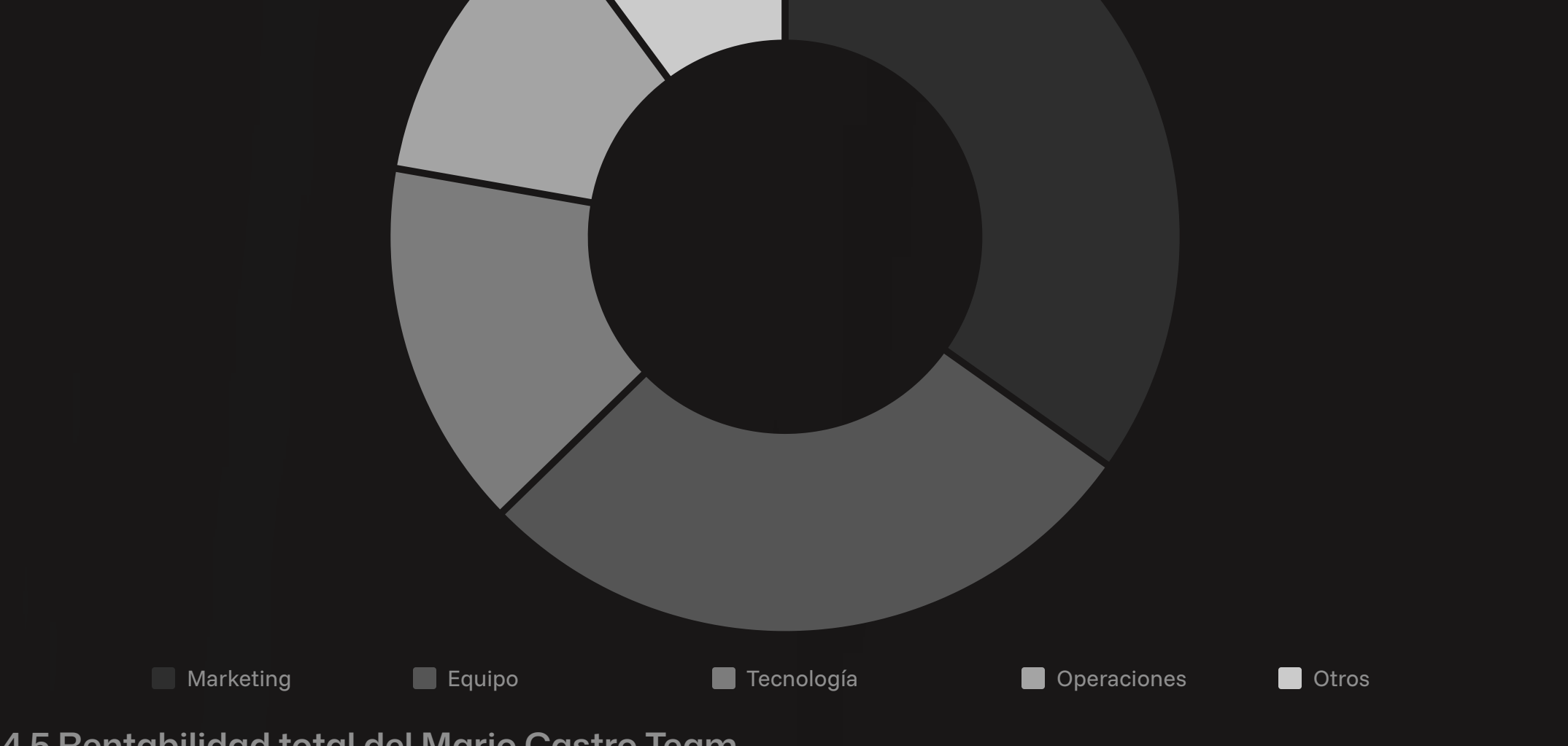
- Costo total mensual
- Costo por etapa del año
- Costo por proyecto
- Costo por agente
- Costo por lead
- Costo por venta

4.3 Rentabilidad por proyecto

- Ingresos específicos del proyecto
- Gastos específicos del proyecto
- Rentabilidad neta
- Costo por lead del proyecto
- Costo por venta del proyecto
- Rentabilidad por agente dentro del proyecto
- Rentabilidad por etapa

4.4 Rentabilidad por agente

- Ingresos generados
- Gastos que genera
- Costo operativo
- Rentabilidad real por persona
- Conversión individual
- Ranking interno



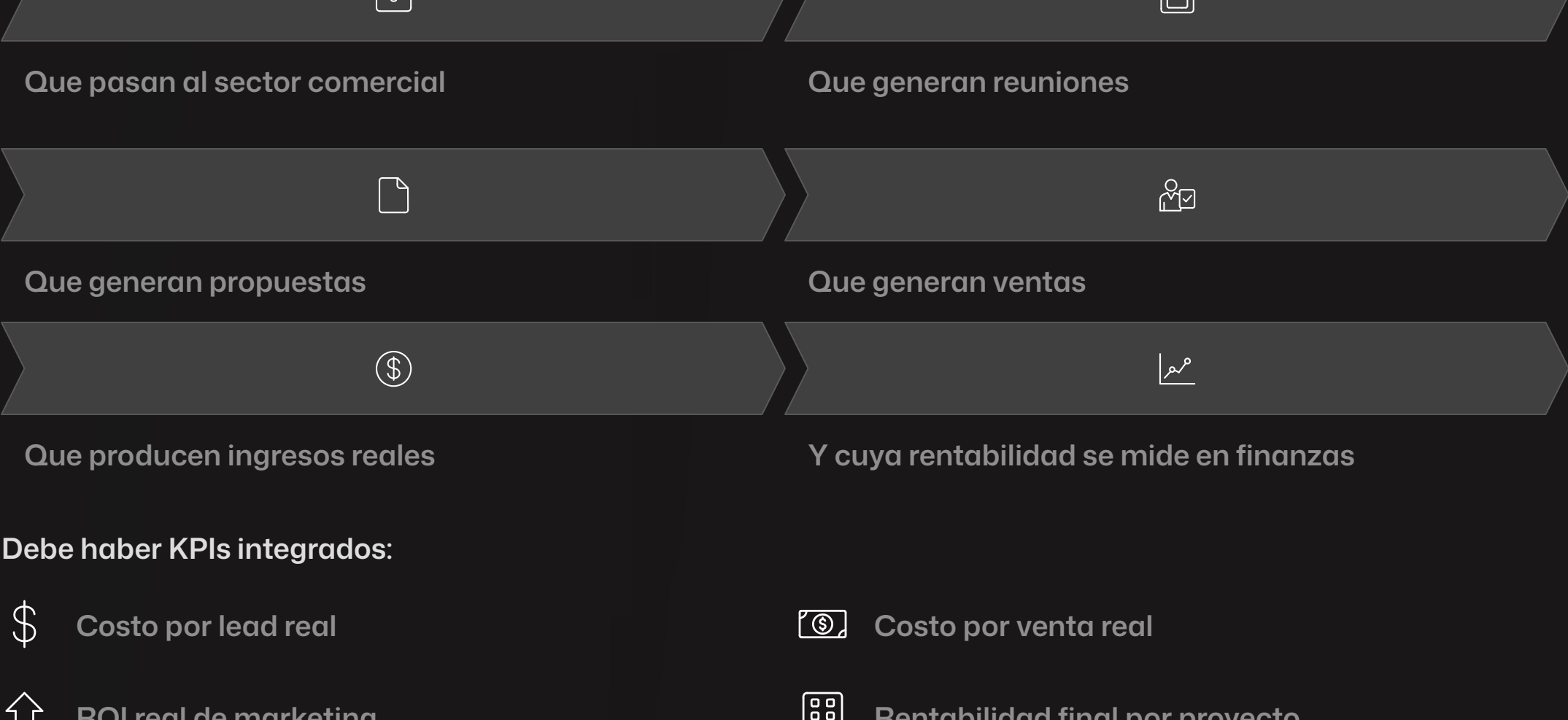
4.5 Rentabilidad total del Mario Castro Team

- Margen mensual
- Margen trimestral
- Margen anual
- Curva de ingresos
- Curva de gastos
- Brecha operativa
- Caja disponible
- Caja necesaria
- KPIs financieros clave





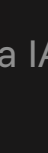

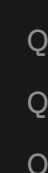



5. INTEGRACIÓN ENTRE LOS MÓDULOS

Marketing → Comercial → Ventas → Finanzas

El sistema debe mostrar cómo:



Debe haber KPIs integrados:

- Costo por lead real
- Costo por venta real
- ROI real de marketing
- Rentabilidad final por proyecto
- Rentabilidad por agente
- Rentabilidad por campaña
- Porcentaje de estructura vs ingreso
- Porcentaje de marketing sobre facturación
- Cantidad de operaciones necesarias para cubrir gastos
- Punto de equilibrio del Mario Castro Team

6. ÁREA DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

IA para decisiones de alto nivel

La IA debe responder:

- Qué campaña conviene seguir
- Qué campaña conviene cortar
- Qué agente está generando rentabilidad
- Qué agente genera pérdidas
- Qué proyecto conviene priorizar
- Qué proyecto conviene dejar
- Cuánto invertir en marketing el próximo mes
- Cuál será el ingreso proyectado
- Cuál será el gasto proyectado
- Cuál será el margen proyectado
- Qué pasa si sumás un agente
- Qué pasa si duplicás inversión
- Qué pasa si bajás inversión

Este es el futuro de tu negocio

Gracias por tu interés en transformar tu empresa con el sistema más completo y avanzado del mercado inmobiliario. Estás a un paso de llevar al Mario Castro Team a un nivel que pocos equipos en el mundo pueden alcanzar. ¡El momento de actuar es ahora!