

# Plan de Marketing – Jobsy (METODO 1 | Campaña de APP)

## MES 1 – LANZAMIENTO, TESTEO Y PRIMERAS MÉTRICAS

**Objetivo:** Validar producto, mensaje y audiencias. Obtener métricas iniciales de CPL (Costo por Lead), CTR, primeras conversiones y aprender rápido.

### Distribución presupuestal:

- Meta Ads: **\$5,000 MXN** (50% en campaña 1 Lead Gen (**\$2,500**) | 30% en campaña 2 Traffic clientes (**\$1,500**) | 20% Campaña 3 Retargeting (Boost) (**\$1,000**)

### Estructura:

1. **Campaña 1: Lead Gen (Objetivo: CPL ≤\$35 MXN)**
  - Conjunto 1.1: Proveedores de Oficio (*Don Ramón*)
  - Conjunto 1.2: Profesionales Freelance (*Alejandra*)
2. **Campaña 2: Traffic (Objetivo: Descargas)**
  - Conjunto 2.1: Clientes Propietarios (*Sra. Elena*)
3. **Campaña 3: Retargeting (Objetivo: Compra de Boost)**
  - Conjunto 3.1: Leads Registrados (que no compraron)
4. Desplegable inicialmente en: CDMX, GDL, MTY, Puebla, Edo. Mex.

### Acciones principales:

- Lanzamiento de las tres campañas con 2-3 creativos clave (Video Testimonial de Proveedor, Carrusel de Costo vs. Competencia, Video Problema/Solución para Cliente).
- Monitoreo diario; ajustes rápidos si el **CPL (Costo por Lead)** supera los **\$45 MXN** después de la primera semana.
- Optimizar campañas con mejor rendimiento (duplicar/bajar presupuesto de bajo rendimiento).



- Email y *nurturing* automático activado para nuevos leads de Proveedores, ofreciendo el descuento del primer *Boost*.
  - Revisar qué *Buyer Persona* (Don Ramón vs. Alejandra) está generando el CPL más bajo y enfocar la inversión ahí.
- 

## MES 2 – OPTIMIZACIÓN Y ESCALAMIENTO DE LO QUE FUNCIONA

**Objetivo:** Redirigir la inversión al *Buyer Persona* y mensaje más efectivo. Maximizar la generación de Leads y aumentar las ventas de **Boost/Premium**.

**Distribución presupuestal sugerida (ajustar según desempeño de mes 1):**

- Canal/es con mejor CPL y conversión: **Hasta 60% del presupuesto (\$3,000 MXN)**
- Campaña de retargeting: **30% (\$1,500 MXN)**
- Tercer canal/testing traffic: **10% (\$500 MXN)**

**Acciones principales:**

- Escalar solo los conjuntos de anuncios y audiencias que tienen el mejor CPL para el perfil de Proveedor deseado.
  - Lanzar pruebas de *Partnerships* directos con tiendas de materiales/ferreterías si el canal pagado se estanca.
  - Activar campañas de *remarketing* intensivas con ofertas directas (Ej: *Boost* con 50% de descuento) a los leads captados en Enero.
  - Revisar la secuencia de *nurturing* y ajustar el *email/push* según la tasa de respuesta a la oferta del *Boost*.
- 

## MES 3 – ENFOQUE EN VENTAS Y PRIMERAS RENOVACIONES / FIDELIZACIÓN

**Objetivo:** Consolidar ventas, impulsar *upgrades* a Suscripción Premium y generar la primera **renovación** de Boosts o Premium.

**Distribución presupuestal sugerida:**



- Canales principales comprobados (Lead y traffic): **60% (\$3,000 MXN)**
- Acciones de conversión | retención: **25% (\$1,250 MXN)**
- Testing nuevo canal/Google Ads: **15% (\$750 MXN)**

### Acciones principales:

- Intensificar la conversión de leads a usuarios de pago, impulsando el *upgrade* de un *Boost* a la **Suscripción Premium** de \$99 MXN.
- Recoger testimonios/clientes satisfechos y usarlos en creativos nuevos (el *social proof* es clave para la confianza).
- Medir el *engagement*, la **tasa de recompras (renovación de Boost)** y la satisfacción para identificar mejoras en el producto.
- Si el piloto de Google Ads (o TikTok) muestra un buen rendimiento, preparar el flujo de escalado y la redistribución del presupuesto para el segundo trimestre (FASE 3 - Abril).

The screenshot shows a digital marketing platform's interface for managing campaigns. On the left, there's a sidebar with icons for users, reports, and settings. The main area displays a list of existing campaigns: "TESTNew Tráfico Campaign" and "Buen Fin 2024". A modal window titled "Crear nueva campaña" (Create new campaign) is open in the center. Inside the modal, the "Tipo de compra" (Purchase type) is set to "Subasta" (Auction). The "Elige un objetivo de campaña" (Choose a campaign objective) section is expanded, showing several options: "Reconocimiento" (Recognition), "Tráfico" (Traffic), "Interacción" (Interaction), "Clientes potenciales" (Potential customers), "Promoción de la app" (App promotion), and "Ventas" (Sales). The "Promoción de la app" option is selected and highlighted in blue. To the right of the modal, a preview of the campaign results is shown, including metrics like "Configuración de atribución" (Attribution configuration), "Resultados" (Results), "Alcance" (Reach), and "Impresiones" (Impressions). The results table shows data for two ads, both of which have been active for 7 days and show multiple conversions. The overall interface is clean and modern, typical of a professional marketing software.



The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface for creating a new campaign. The campaign type is set to 'Promoción de la app' (App Promotion). The budget is configured to '\$ 166.00 MXN'. The targeting includes 'Google Play Store' and 'Google Play Store'. The goal is set to 'Maximizar el número de instalaciones de la app' (Maximize app installations). The audience is defined as 'Tu público en amplio' (Your broad audience). The final step shows a summary with a score of 100 and a note: 'Estás usando nuestra configuración recomendada' (You are using our recommended configuration).

## Desarrollo de Conjunto de Anuncios y Segmentación

This screenshot shows the continuation of the campaign setup process. A new ad set is being created under the campaign named 'Promoción de la app'. The ad set name is 'Conjunto de anuncios de Promoción de la app'. The target audience is 'Google Play Store'. The goal is 'Maximizar el número de instalaciones de la app'. The segmentation is set to 'Tu público en amplio'. The final step shows a summary with a score of 100 and a note: 'Estás usando nuestra configuración recomendada' (You are using our recommended configuration).



## Público

 Advantage+ activado

Configura tu público usando controles y sugerencias. [Información sobre los públicos](#)

Usar un público guardado ▾

### Controles ⓘ

No llegaremos a personas fuera de esta configuración, incluso con Advantage+ activado.

[Ninguna configuración de publicidad definida](#)

#### Lugares

Llega a personas que viven o que estuvieron hace poco en este lugar.

##### México

Ciudad de México, Distrito Federal + 40km ▾

Estado de México, State of Mexico + 40km ▾

Guadalajara, Jalisco + 40km ▾

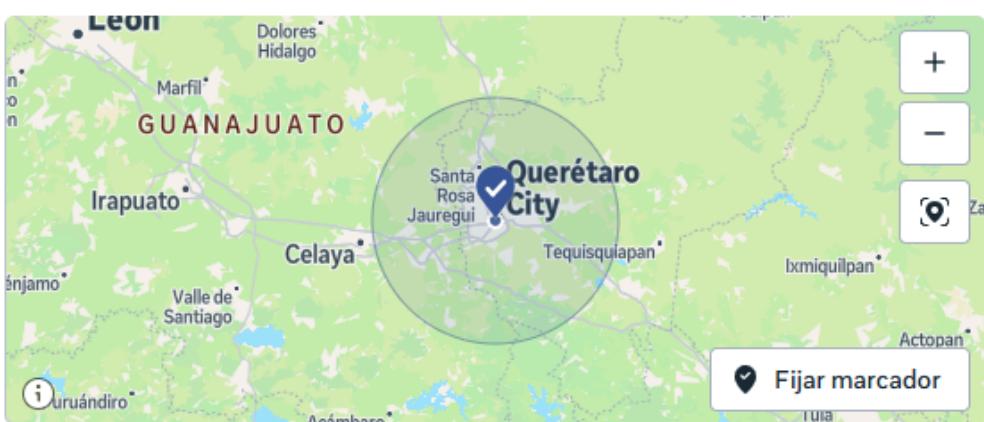
Monterrey, Nuevo León + 40km ▾

Puebla de Zaragoza, Puebla + 40km ▾

Incluir ▾

 Buscar lugares

Buscar ▾



Llegar a más personas con probabilidades de responder a tus anuncios ⓘ

También mostraremos anuncios a las personas que estén interesadas en tus ciudades y regiones seleccionadas y que se encuentren en esos países.



## Campaña 1: Lead Gen (Objetivo: CPL ≤\$35 MXN)

- Conjunto 1.1: Proveedores de Oficio (*Don Ramón*)
  - Este conjunto apunta al segmento informal y de servicios en el hogar, que son el grueso de los usuarios y necesitan un canal de bajo costo.

Filtro	Detalle	Justificación en JOBSY
Edad	30 - 60 años	El perfil de <i>Don Ramón</i> y la gente con experiencia en oficios es clave.
Ubicación	<b>Grandes Ciudades de México y Periferia</b> (CDMX, GDL, MTY, Puebla, Edo. Mex.)	JOBSY tiene un enfoque local. La periferia concentra muchos oficios.
Intereses	<b>Oficios, Herramientas, Construcción/Reparación:</b> <i>Plomería, Carpintería, Electricidad, Albañilería, Ferretería, Materiales de Construcción, Herramientas Eléctricas.</i>	Indican una actividad laboral relacionada con la necesidad de clientes.
Comportamiento	<b>Administradores de Páginas de Facebook:</b> Categorías: <i>Pequeño Negocio, Servicio Local.</i>	Personas que ya están intentando promocionar su negocio en Meta.



**Edad** ⓘ [Tu sugerencia](#)

30 - 60

**Sexo**

Todos los sexos

### Segmentación detallada

Incluir personas que coinciden con

[Intereses > Hobbies and activities > Home and garden](#)

Home improvement (home & garden)

[Intereses > Intereses adicionales](#)

Albañilería

Escuela taller y casa de oficios

Ferretería (minorista)

Herramienta (materiales y equipos industriales)

Agregar datos demográficos, intereses, comportamientos

[Explorar](#)

[Definir mejor](#)

Limitar aún más el alcance de tus anuncios

[Guardar público](#)



## Sugerir un público

Llegaremos a personas fuera de esta configuración cuando es probable que mejore el rendimiento.

## Incluir estos públicos personalizados

Ninguno

## Edad Tu sugerencia

30 - 60

## Sexo

Todos los sexos

## Segmentación detallada

Incluir personas que coinciden con

Comportamientos > Actividades digitales

Nuevos negocios activos (< 6 meses)

Comportamientos > Actividades digitales > Facebook page admins

Administradores de páginas de negocios

Comportamientos > Usuario de dispositivo móvil

Acceso a Facebook (celular): todos los dispositivos móviles

Intereses > Hobbies and activities > Home and garden

Home improvement (home & garden)

Agregar datos demográficos, intereses, comportamientos

Explorar

**Definir mejor**



## Definición del público ⓘ

Tu público es amplio.

Con públicos amplios puedes mejorar el rendimiento y llegar a más personas con probabilidades de responder.

Acotado  Amplio

### Mostrar el tamaño de público estimado ▲

35,300,000 - 41,500,000 ⓘ

⚠️ Las estimaciones no incluyen las opciones de público Advantage+ y pueden variar considerablemente con el tiempo de acuerdo con las selecciones de segmentación y los datos disponibles.

### ○ Conjunto 1.2: Profesionales *Freelance (Alejandra)*

Filtro	Detalle	Justificación en JOBSY
Edad	25 - 40 años	El perfil de <i>Alejandra</i> : profesionales que buscan oportunidades locales.
Ubicación	Grandes Centros Urbanos (Foco en centros de negocios en CDMX, GDL, MTY).	Donde se concentra la demanda de servicios profesionales.
Intereses	<b>Freelance, Emprendimiento Digital, Servicios Profesionales:</b> Diseño Gráfico, Marketing Digital, Contabilidad, Desarrollo Web, Upwork, Fiverr, Negocios locales.	Buscan activamente plataformas de trabajo independiente.
Comportamiento	Usuarios de dispositivos móviles avanzados (Ej: iPhones recientes). (Hacer filtro de coincidencia)	Refleja un perfil con mayor capacidad de pago para el Premium.



Excluiremos a personas fuera de esta configuración cuando es probable que mejore el rendimiento.

#### Incluir estos públicos personalizados ⓘ

Ninguno

#### Edad ⓘ Tu sugerencia

25 - 40

#### Sexo

Todos los sexos

#### Segmentación detallada

Incluir personas que coinciden con

Graphic design (visual art)

Intereses > Business and industry > Online (computing)

Digital marketing (marketing)

Web development (websites)

Intereses > Intereses adicionales

Abogado (derecho y servicios jurídicos)

Contabilidad (negocios y finanzas)

Agregar datos demográficos, intereses, comportamientos

Explorar

y también deben coincidir con

X

Comportamientos > Usuario de dispositivo móvil

Acceso a Facebook (celular): todos los dispositivos móviles

Comportamientos > Usuario de dispositivo móvil > Todos los dispositivos móviles por sistema operativo

Acceso a Facebook (celular): dispositivos Android

Acceso a Facebook (celular): dispositivos Apple (iOS)

Agregar datos demográficos, intereses, comportamientos

Explorar

Definir mejor



## Definición del público ⓘ

Tu público es amplio.

Con públicos amplios puedes mejorar el rendimiento y llegar a más personas con probabilidades de responder.

Acotado  Amplio

### Mostrar el tamaño de público estimado ▲

16,900,000 - 19,800,000 ⓘ

⚠️ Las estimaciones no incluyen las opciones de público Advantage+ y pueden variar considerablemente con el tiempo de acuerdo con las selecciones de segmentación y los datos disponibles.

## Campaña 2: Traffic Apps Descargas (Clientes)

- Conjunto 2.1: Clientes Propietarios (*Sra. Elena*)
  - Este conjunto apunta a los perfiles que podrán descargar la app para ser los que principalmente la utilicen para contratar.

Filtro	Detalle	Justificación en JOBSY
Edad	30 - 60 años	Perfil de propietario de vivienda o persona responsable de reparaciones mayores ( <i>Sra. Elena</i> ).
Ubicación	Ciudades Principales y sus Áreas Metropolitanas (CDMX, GDL, MTY, Querétaro, Puebla, etc.).	Donde la densidad de usuarios de JOBSY (proveedores) es mayor y se necesita geolocalización.
Intereses	Mantenimiento del Hogar y Consumo: Remodelación, Decoración de Interiores,	Indican que la persona es dueña de una propiedad o



Filtro	Detalle	Justificación en JOBSY
	<i>Bienes Raíces, Compra de Muebles, Tiendas de Mejoramiento del Hogar</i> (Ej: Home Depot, Sodimac).	está pensando en reparaciones.
<b>Comportamiento</b>	<b>Compradores que interactuaron</b> (Personas que han hecho clic en el botón 'Comprar' en la última semana).	Muestra una alta propensión a realizar transacciones en línea, ideal para una descarga.
<b>Exclusión (Opcional)</b>	<b>Excluir intereses de Oficios/Herramientas de Proveedor.</b>	Esto evita que los propios proveedores (Campaña 1) saturen el tráfico de descarga de clientes.



**Edad** ⓘ Tu sugerencia

30 - 60

**Sexo**

Todos los sexos

### Segmentación detallada

Incluir personas que coinciden con

Intereses > Business and industry > Design (design)

Interior design (design)

Intereses > Hobbies and activities > Home and garden

Home improvement (home & garden)

Intereses > Intereses adicionales

Sodimac

The Home Depot (minorista)

Agregar datos demográficos, intereses, comportamientos

Explorar

y también deben coincidir con X

Comportamientos > Usuario de dispositivo móvil

Acceso a Facebook (celular): todos los dispositivos móviles

Comportamientos > Usuario de dispositivo móvil > Todos los dispositivos móviles por sistema operativo

Acceso a Facebook (celular): dispositivos Android

Acceso a Facebook (celular): dispositivos Apple (iOS)

Agregar datos demográficos, intereses, comportamientos

Explorar

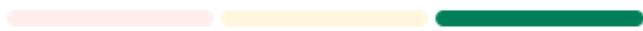
**Definir mejor**



## Definición del público ⓘ

Tu público es amplio.

Con públicos amplios puedes mejorar el rendimiento y llegar a más personas con probabilidades de responder.

Acotado  Amplio

### Mostrar el tamaño de público estimado ▲

27,100,000 - 31,900,000 ⓘ

⚠️ Las estimaciones no incluyen las opciones de público Advantage+ y pueden variar considerablemente con el tiempo de acuerdo con las selecciones de segmentación y los datos disponibles.

## Campaña 3: Retargeting (Boost)

- Conjunto 3.1: Leads Proveedores Registrados

Esta es una campaña de conversión de "fuego caliente", por lo que la segmentación se basa en **Audiencias Personalizadas** y **Eventos**, no en intereses amplios.

Elemento	Filtro	Justificación en JOBSY
Público Objetivo	<b>Audiencia Personalizada de Leads (Campaña 1).</b>	Personas que ya están en nuestro sistema como Proveedores registrados ( <i>Don Ramón</i> y <i>Alejandra</i> ). Tienen alta intención, solo necesitan un empujón de pago.
Exclusión	<b>Excluir: Compradores del Evento BoostPurchased.</b>	Evita gastar dinero mostrando anuncios de venta a gente que ya compró un <i>Boost</i> o <i>Premium</i> .
Estrategia de Oferta	<b>Mensajes de Urgencia y Exclusividad.</b>	El creativo debe ser una oferta directa (Ej: "Tu primer <i>Boost</i> a mitad de precio") para generar la primera compra.



Elemento	Filtro	Justificación en JOBSY
Timing	Proveedores que se registraron hace <b>3 a 7 días</b> y <b>no han publicado su primer servicio o no han comprado un Boost.</b>	Se ataca el momento donde el proveedor se enfria o se frustra.
KPI Clave	<b>ROAS (Retorno del Gasto Publicitario) ≥ 4:1.</b>	Cada peso invertido aquí debe generar \$4 en ingresos (Boosts/Premium).

A espera de campaña oficial para uso de datos reales.

## Nivel Anuncio

A nivel de anuncio, en las tres campañas se probará con las diferentes ideas de acercamiento tanto video, como imagen o en secuencia y mezclar imágenes o videos (mostrando los beneficios o características que incluye la app); para probar los diferentes anuncios hay que duplicar a nivel anuncio para empezar a ver cuál está dejando mayor número de instalaciones.

Comentarios finales meta

- Hacer un conjunto de anuncio con las mismas características pero cambiando sistema operativo móvil para cada una de las campañas
- Realizar también una campaña de ventas con iOS y Android (cuando vaya avanzando)

## DASHBOARD GENERAL

### Nivel campaña

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface with the following details:

- Header:** Shows 'Campañas' and '232615014081267 (2326...)'.
- Search Bar:** Includes filters for 'Todos los anuncios', 'Optimización del presupuesto', 'Acciones', 'Anuncios activos', and '1 vista más'.
- Main Area:** Displays '3 seleccionados' and 'Conjuntos de anuncios para 3 Campañas'. Below this, there's a table for 'Anuncios para 3 Campañas' with columns: 'Activo', 'Campaña', 'Entrega', 'Acciones', 'Resultados', 'Costo por resultado', 'Presupuesto', 'Importe gastado', 'Impresiones', 'Alcance', 'Finalizaci...', 'Configuración de atribución', and 'Estrategia de puja'.
- Table Data:**

Campaña	Entrega	Acciones	Resultados	Costo por resultado	Presupuesto	Importe gastado	Impresiones	Alcance	Finalizaci...	Configuración de atribución	Estrategia de puja
Draft.Jobsy App Traffic Descargas	En borrador		—	—	\$50.00	Dinero promedio	—	—	—	Continua	Volumen más alto
Draft.Jobsy App Lead Gen	En borrador		—	—	\$166.00	Dinero promedio	—	—	—	Continua	Volumen más alto



## Nivel Conjuntos 1 y 2

Campañas		2 seleccionados	Conjuntos de anuncios para 2 Campañas				
			+ Crear	Duplicar	Editar	Prueba A/B	Más
Activo	Conjunto de anuncios	Entrega ↑	Acciones				
<input type="checkbox"/>	Conjunto de anuncios de Promoción de la app	<input type="radio"/> En borrador					
<input type="checkbox"/>	Conjunto de anuncios de Promoción de la app	<input type="radio"/> En borrador					
<input type="checkbox"/>	Nuevo conjunto de anuncios de Ventas	<input type="radio"/> En borrador					
<input type="checkbox"/>	Conjunto de anuncios de Promoción de la app	<input type="radio"/> En borrador					
<input type="checkbox"/>	New Tráfico Ad Set	<input type="radio"/> En borrador					
Resultados de 5 conjuntos de anuncios <small>1</small>							

## Nivel de Anuncios 1 y 2

		Anuncio	Entrega ↑	/
Activo				
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	Anuncio de Promoción de la app	<input type="radio"/> En borrador	
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	Anuncio de Promoción de la app	<input type="radio"/> En borrador	
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	Nuevo anuncio de Ventas	<input type="radio"/> En borrador	
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	Anuncio de Promoción de la app	<input type="radio"/> En borrador	
<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	New Tráfico Ad	<input type="radio"/> En borrador	
Resultados de 5 anuncios <small>1</small>				



## Conclusión

1. Con un presupuesto de \$5,000 MXN, proyectamos alcanzar a aproximadamente 76,000 personas únicas al mes en nuestros mercados objetivo. Aunque el universo es de 80 millones, nuestro objetivo en la Fase 1 es solo validar el CPL con esta muestra, no saturar el mercado.

Métrica	Meta JOBSY	Proyección Financiera
Volumen de Impresiones	~95,200 impresiones / mes	
Costo por Lead (CPL)	≤ \$35 MXN	El inversionista ve que la adquisición de proveedores es eficiente.
Leads Generados (Proveedores)	200 / mes	(\$5,000 MXN / \$35 CPL) = 114 Leads.
Venta de Boosts (Conversión)	22 / mes	El inversionista ve que el producto se monetiza rápidamente.
ROAS	≥4:1	Demuestra que la inversión publicitaria es rentable a corto plazo.

2. Con un presupuesto de \$9,000 MXN, proyectamos alcanzar a aproximadamente 137,000 personas únicas al mes en nuestros mercados objetivo.



Métrica	Meta JOBSY	Proyección Financiera
<b>Volumen de Impresiones</b>	~171,000 impresiones / mes	
<b>Costo por Lead (CPL)</b>	≤ \$35 MXN	El inversionista ve que la adquisición de proveedores es eficiente.
<b>Leads Generados (Proveedores)</b>	260 / mes	(\$9,000 MXN / \$35 CPL) = 258 Leads.
<b>Venta de Boosts (Conversión de 20%)</b>	52 / mes	El inversionista ve que el producto se monetiza rápidamente.
<b>ROAS</b>	≥4:1	Demuestra que la inversión publicitaria es rentable a corto plazo.

3. Con un presupuesto de \$25,000 MXN, proyectamos alcanzar a aproximadamente 381,000 personas únicas al mes en nuestros mercados objetivo.

Métrica	Meta JOBSY	Proyección Financiera
<b>Volumen de Impresiones</b>	~475,000 impresiones / mes	
<b>Costo por Lead (CPL)</b>	≤ \$35 MXN	El inversionista ve que la adquisición de proveedores es eficiente.
<b>Leads Generados (Proveedores)</b>	715 / mes	(\$25,000 MXN / \$35 CPL) = 715 Leads.



Métrica	Meta JOBSY	Proyección Financiera
Venta de Boosts (Conversión de 20%)	143 / mes	El inversionista ve que el producto se monetiza rápidamente.
ROAS	≥4:1	Demuestra que la inversión publicitaria es rentable a corto plazo.

4. Con un presupuesto de \$66,000 MXN, proyectamos alcanzar a aproximadamente 1 millón de personas únicas al mes en nuestros mercados objetivo.

Métrica	Meta JOBSY	Proyección Financiera
Volumen de Impresiones	~1.25 millones impresiones / mes	
Costo por Lead (CPL)	≤ \$35 MXN	El inversionista ve que la adquisición de proveedores es eficiente.
Leads Generados (Proveedores)	1,886/ mes	(\$66,000 MXN / \$35 CPL) = 1,886 Leads.
Venta de Boosts (Conversión de 20%)	377 / mes	El inversionista ve que el producto se monetiza rápidamente.
ROAS	≥4:1	Demuestra que la inversión publicitaria es rentable a corto plazo.

5. Con un presupuesto de \$125,000 MXN, proyectamos alcanzar a aproximadamente 1.9 millón de personas únicas al mes en nuestros mercados objetivo.



Métrica	Meta JOBSY	Proyección Financiera
<b>Volumen de Impresiones</b>	~2.3 millones impresiones / mes	
<b>Costo por Lead (CPL)</b>	≤ \$35 MXN	El inversionista ve que la adquisición de proveedores es eficiente.
<b>Leads Generados (Proveedores)</b>	3,571/ mes	$(\$125,000 \text{ MXN} / \$35 \text{ CPL}) = 3,571 \text{ Leads.}$
<b>Venta de Boosts (Conversión de 20%)</b>	715 / mes	El inversionista ve que el producto se monetiza rápidamente.
<b>ROAS</b>	≥4:1	Demuestra que la inversión publicitaria es rentable a corto plazo.



Criterio	Tier A	Tier B	Tier C	Tier D	Tier E
<b>Inversión</b>	\$50,000	\$150,000	\$500,000	\$2,000,000	\$5,000,000
<b>Equity %</b>	5%	10%	15%	20%	25%
<b>Duración Estimada (mes)</b>	10	10	12	18	24
<b>Foco Operacional</b>	Gasto inicial y validaciones	Escalamiento e infrastruct.	Punto de Equilibrio	Expansión de ciudades y alianzas B2B	Expansión Internacional
<b>Presupuesto MKT</b>	\$5,000	\$9,200	\$25,000	\$66,000	\$125,000
<b>Leads Prov, Usuarios/ mes</b>	~114 Leads	~258 Leads	~715 Leads	~1,886 Leads	~3,571 Leads
<b>Ventas Proyectadas (20% leads)</b>	~22	~52	~143	~377	~715
<b>Ingreso Anual Proyectado</b>	\$51K	\$384K	\$3.2M	\$37.2M	\$519.2M
<b>Retorno de Anuncios   Obj</b>	<b>1.2:1   ≥4:1</b>	<b>1.2:1   ≥5:1</b>	<b>1.2:1   ≥6:1</b>	<b>1.2:1   ≥7:1</b>	<b>1.2:1   ≥8:1</b>

