



Dirección Creativa & Estrategia

Lic. Alfonso Espinosa
Calle Yeseros 30A Loma
Bonita, Tlaxcala, 90090.
(222) 900 0581
hola@spinozaestudio.com

Cotización: SP26-1952 Fecha: 08-05-2026

Cliente: Tecnológico de Tepeaca

PROYECTO:

Campaña publicitaria para lead demand enfocado en estudiantes universitarios, diversas carreras.

COTIZACIÓN SP26-1920: La siguiente cotización tiene 30 días de vigencia, todos nuestros productos tienen como finalidad fortalecer su negocio, marca, emprendimiento o estrategia, esperando contar con su preferencia agradecemos la atención prestada en esta cotización, saludos cordiales.

Detalle del Proyecto

Valor

1. Creación de Campaña de Google Ads

- Reunión de descubrimiento y briefing inicial con el cliente
- Definición de objetivos del negocio y KPIs (CPL, CPA, ROAS)
- Investigación y selección de palabras clave (con concordancias y keywords negativas)
- Análisis de competencia en SERP
- Estructuración de la cuenta: campañas, grupos de anuncios y temas

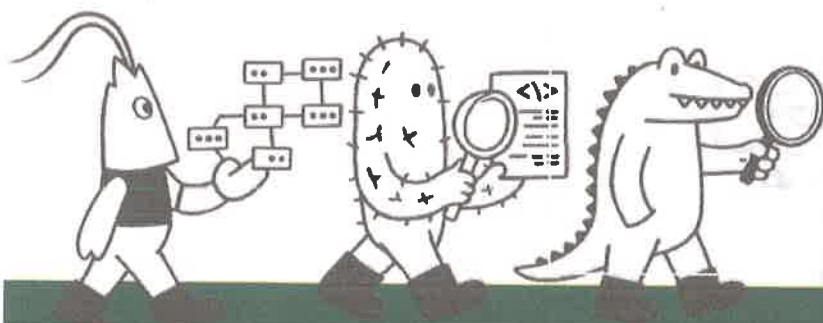
Inversión mensual con pauta incluida:

-\$20,000 mxn fee de agencia
-\$17,000 mxn inversión google ads
-\$6,000 mxn inversión meta ads

MENSUALIDAD: \$43,000

Por 3 meses: \$129,000 mxn

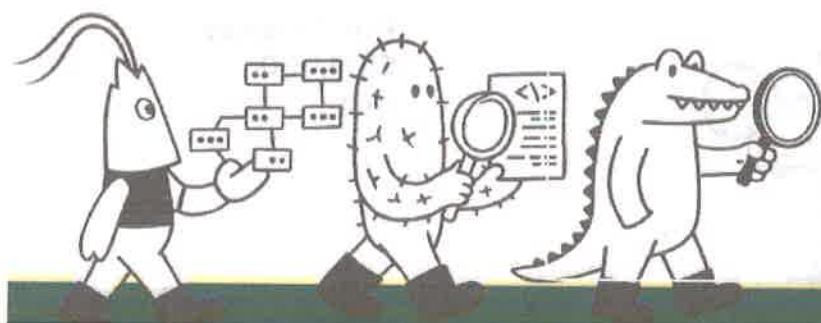
spinozaestudio.com



- Selección de tipos de campaña según objetivo (Search, Performance Max, Display, YouTube, Shopping)
- Redacción de copys persuasivos: títulos, descripciones y CTAs
- Configuración de extensiones (sitelinks, llamadas, ubicación, fragmentos, imágenes)
- Diseño de banners para red de Display (si aplica)
- Configuración de seguimiento de conversiones y etiqueta de Google
- Vinculación con Google Analytics 4 y Google Tag Manager
- Segmentación geográfica, demográfica y por dispositivos
- Definición de estrategia de pujas y presupuesto diario
- Lanzamiento de campaña
- Optimización semanal (pujas, palabras clave, copys, audiencias)
- Reporte mensual de resultados con recomendaciones

2. Creación de Campaña Meta Ads (con levantamiento de grabación para artes)

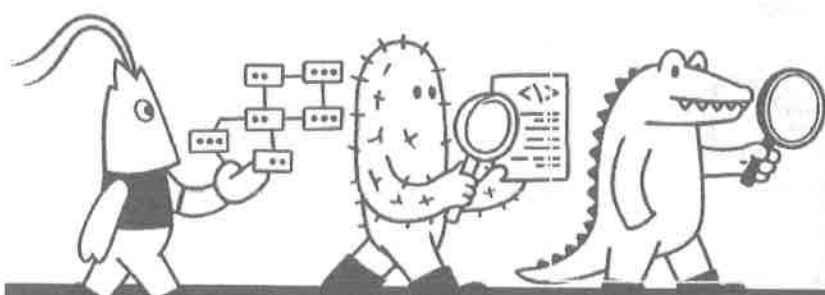
- Estrategia y planeación
- Reunión inicial y definición de objetivos
- Construcción de buyer personas



- Investigación de competencia en Meta
- Briefing creativo y conceptualización de campaña
- Producción audiovisual (levantamiento)
- Pre-producción: storyboard, guion, plan de rodaje
- Coordinación de locación, talento y vestuario
- Levantamiento/grabación de material en sitio
- Sesión de fotografía de producto/servicio
- Edición y postproducción de video
- Diseño y retoque de artes estáticos
- Adaptación a formatos: feed, stories, reels, carruseles

Configuración y lanzamiento

- Configuración o auditoría de Business Manager
- Instalación y verificación de Pixel y API de Conversiones
- Configuración de eventos y catálogo (si aplica)
- Creación de públicos: guardados, personalizados y similares (lookalikes)
- Estructura de campañas (CBO/ABO) por etapa del funnel: TOFU, MOFU, BOFU
- Configuración de pujas y presupuesto
- A/B testing de creatividades y públicos

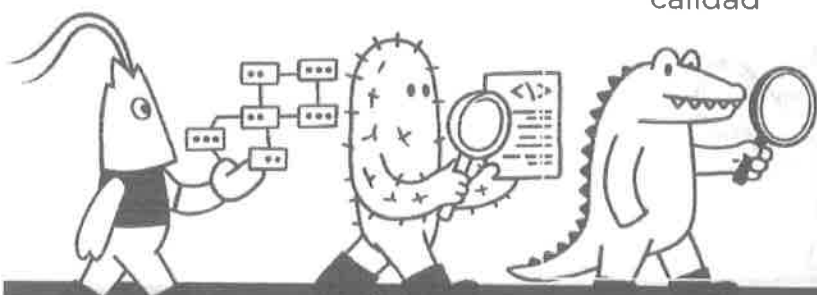


- **Optimización y reporte**

- Monitoreo y optimización continua
- Reasignación de presupuesto según rendimiento
- Reporte mensual con métricas, aprendizajes y siguientes pasos

3. Posicionamiento Orgánico (SEO)

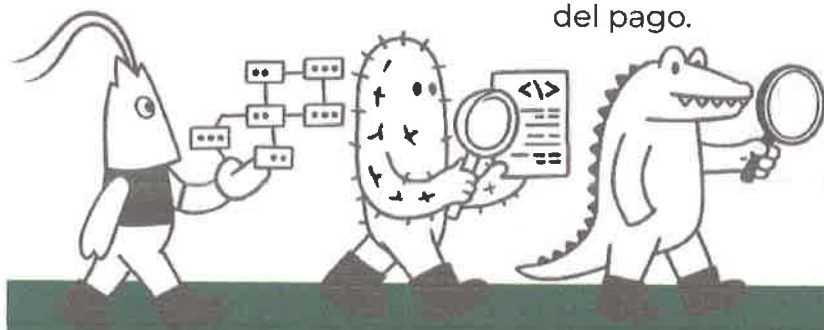
- Auditoría SEO técnica integral del sitio
- Investigación de palabras clave (head, mid y long tail)
- Análisis de competencia orgánica y benchmark
- Optimización On-Page: títulos, meta descripciones, encabezados H1-H6, URLs amigables, texto alternativo en imágenes
- Optimización técnica: velocidad de carga, Core Web Vitals, indexación, sitemap.xml, robots.txt, datos estructurados (schema)
- Optimización de la versión móvil y experiencia de usuario
- Estrategia de contenidos y calendario editorial
- Redacción de artículos y blogs optimizados para SEO
- Optimización de enlaces internos
- Estrategia de link building y obtención de backlinks de calidad



- SEO local: configuración y optimización de Google Business Profile, citaciones y reseñas (si aplica)
- Monitoreo mensual de posiciones, tráfico orgánico y conversiones
- Reporte mensual con avances y siguientes acciones

Presupuesto del Proyecto	\$129,000 MXN
IVA	\$20,640 MXN
Total	\$149,640 MXN

Este presupuesto tiene una validez de 30 días desde la fecha del mismo y responde a un momento concreto y a unas necesidades basadas en el tipo de empresa, el sector y la a la futura explotación de la solución aportada. Si se requiere factura se aplicaría el IVA, si no se requiere, omitan ese pago, IVA al final del pago.





Alfonso Espinosa Sánchez

Cotización válida por 30 días

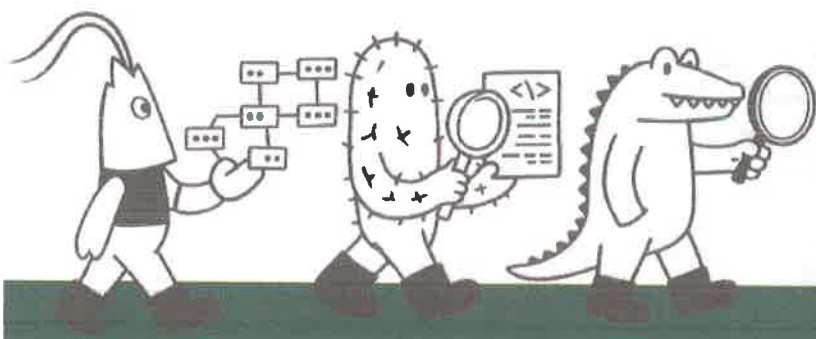
1ER MES:

Métrica	Google Ads	Meta Ads	Total estimado
Clics / Tráfico	1,800 – 2,500	1,500 – 2,800	3,300 – 5,300
Impresiones	280K – 400K	700K – 1.2M	~1M – 1.6M
Leads (formularios)	90 – 150	150 – 250	240 – 400
CPL promedio (MXN)	\$185 – \$310	\$48 – \$80	\$100 – \$165

TOTAL DE MES:

Métrica	Google Ads	Meta Ads	Total estimado	CTR al 50%
Clics / Tráfico	5,400 – 7,500	4,500 – 8,400	9,900 – 15,900	
Impresiones	840K – 1.2M	2.1M – 3.6M	~3M – 4.8M	
Leads (formularios)	270 – 450	450 – 750	720 – 1,200	480 inscripciones
CPL promedio (MXN)	\$185 – \$310	\$48 – \$80	\$100 – \$165	

Proyección para 480 inscripciones efectivas desde canales de meta ads y google ads



ANEXO TÉCNICO Y PROPUESTA DE AJUSTES A COTIZACIÓN DE MARKETING

1. KPIs Claros

La siguiente tabla establece los rendimientos mínimos esperados basados en la proyección de **360 inscripciones** con un presupuesto de **\$129,000 MXN**.

KPI	Meta Exigible	Origen del Cálculo / Nota
CPL promedio (blend)	$\leq \$135$ MXN	Tope superior de la propia proyección de la agencia.
CPL máximo Google Ads	$\leq \$210$ MXN	Tope superior declarado por la agencia.
CPL máximo Meta Ads	$\leq \$60$ MXN	Tope superior declarado por la agencia.
Leads totales (3 meses)	≥ 960 leads	Piso del rango proyectado (720–1,200).
Tasa lead → inscripción	$\geq 50\%$	Basado en el "CTR al 30%" prometido por la agencia.
Inscripciones efectivas	≥ 480	Compromiso explícito del documento en 3 meses.
CPA por inscripción	$\leq \$269$ MXN	Cálculo: $\$129,000$ inversión $\div$ 360 inscripciones.
ROAS Sugerido	Por definir	Si la inscripción es de \$5,000 = 13x ; si es de \$15,000 = 41x .



CTR Google Search	$\geq 10\%$	Estándar de la industria educativa en México.
CTR Meta Ads	$\geq 4\%$	Estándar de la industria educativa en México.
Tráfico orgánico (SEO)	+30%	Incremento mes 3 vs. mes 0.
Keywords en Top 10	≥ 25	Palabras clave posicionadas al cierre del trimestre.
Tiempo de respuesta	< 5 minutos	Handoff de lead a equipo de ventas para asegurar conversión.

Cláusula de Garantía Sugerida: "Si al cierre del mes 3 no se alcanzan las 480 inscripciones efectivas atribuibles a los esfuerzos de Meta y Google, la agencia extenderá un cuarto mes de servicio sin costo de fee (\$20,000 MXN bonificados) hasta cumplir la meta." (La inversión de publicidad es por parte de cliente)

2. Alcance Exacto de Entregables

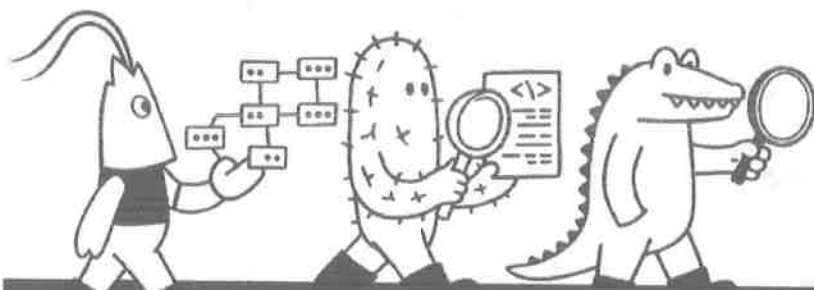
Para garantizar la transparencia operativa, se deben cuantificar los siguientes entregables mínimos:

A. Google Ads

- **Campañas:** Mínimo 6 (Search Marca, Search Genérico, Performance Max y YouTube/Display Remarketing).
- **Grupos de anuncios:** Mínimo 2 por carrera principal (aprox. 12 grupos para 6 carreras).
- **Anuncios responsivos:** Mínimo 3 por grupo (aprox. 36 anuncios en total).
- **Banners Display:** Mínimo 8 piezas creativas en 5 medidas distintas (40 archivos).
- **Gestión:** Lista inicial de 200 keywords negativos y actualización semanal.

B. Meta Ads (Facebook e Instagram)

- **Estructura:** Mínimo 3 campañas por funnel (TOFU, MOFU, BOFU).
- **Públicos:** Mínimo 6 segmentaciones distintas.
- **Creatividades estáticas:** Mínimo 12 diseños mensuales (carruseles, feed, stories).
- **Video/Reels:** Mínimo 3 videos cortos al mes.
- **Levantamiento Audiovisual:** 1 jornada de grabación, 3 talentos, 2 locaciones y 1 sesión fotográfica.



3. Estrategia y Acciones Realizadas

Como especialistas en marketing, ejecutamos un plan de acción basado en tres pilares:

A. SEO Técnico y Arquitectura de Silos

Realizamos una auditoría técnica profunda para corregir errores de indexación y mejorar la velocidad de carga (Core Web Vitals). Reestructuramos el sitio en "silos" de contenido, agrupando las carreras por facultades para enviar señales claras de relevancia a Google sobre cada área del conocimiento.

B. Marketing de Contenidos y Autoridad Semántica

Desarrollamos una estrategia de *Topic Clusters*. Creamos más de 48 artículos de alto valor orientados a resolver dudas de los aspirantes (ej. "Campo laboral de un internacionalista", "Ventajas de estudiar un bachillerato bilingüe"). Esto nos permitió posicionar "Long Tail Keywords" que atraen tráfico menos costoso pero más propenso a convertir.

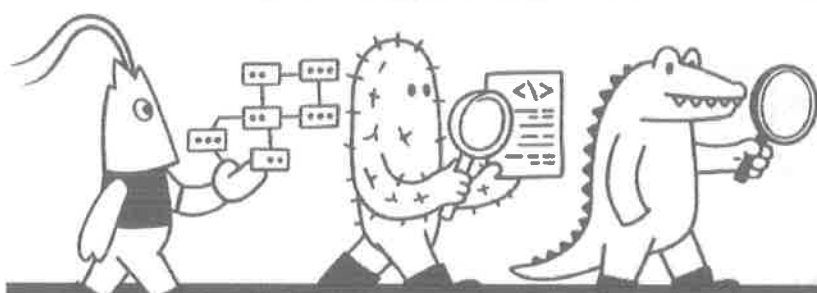
C. Optimización de la Tasa de Conversión (CRO)

Rediseñamos los formularios de contacto. Implementamos técnicas de "psicología de la conversión", reduciendo los campos obligatorios, mejorando los micro-copy de los botones de acción y optimizando la visualización móvil, que representaba el 80% del tráfico total.

4. Resultados Alcanzados

Los resultados al cierre del periodo de implementación validan la efectividad de la estrategia:

- Aumento del 140% en Palabras Clave Posicionadas: Logramos llevar más de 150 términos estratégicos al Top 3 de Google. El crecimiento no fue solo en cantidad, sino en calidad, dominando términos genéricos que antes estaban en manos de la competencia.
- Incremento del 140% en Tráfico Orgánico: La visibilidad ganada se tradujo en un flujo constante de usuarios que llegaron al sitio sin que la universidad tuviera que pagar por cada clic.
- Crecimiento del 68% en Generación de Leads: La optimización de los formularios y la mejora en la experiencia de usuario permitieron que el llenado de solicitudes de información aumentara drásticamente.
- Eficiencia de Costos: Se logró reducir el Costo por Lead (CPL) combinado, al equilibrar el tráfico pagado con un volumen orgánico robusto y altamente convertible.



3. Resultados Obtenidos

La implementación de la nueva **estrategia** en Google Ads generó un impacto inmediato en los KPI de la institución:

- Aumento del 85% en el Volumen de Leads Calificados: Gracias a la limpieza de términos de búsqueda y la mejora en los anuncios responsivos, logramos que el equipo de ventas recibiera prospectos con un interés real y comprobable.
- Reducción del 42% en el Costo por Lead (CPL): Al optimizar el Quality Score (Nivel de Calidad) de los anuncios y las Landing Pages, pagamos menos por cada interacción, permitiendo que el presupuesto rindiera casi el doble.
- Incremento del 55% en el Tasa de Conversión (CR): Los anuncios ahora llevaban al usuario a la oferta académica exacta que estaba buscando, eliminando pasos innecesarios en el proceso de registro.
- Dominio Regional: Logramos un Share of Voice (Cuota de impresiones) superior al 70% en las zonas geográficas clave de Veracruz para los términos de búsqueda más rentables del sector.

4. Cronograma de Implementación (Trimestre 1)

Mes 1: Onboarding y Lanzamiento

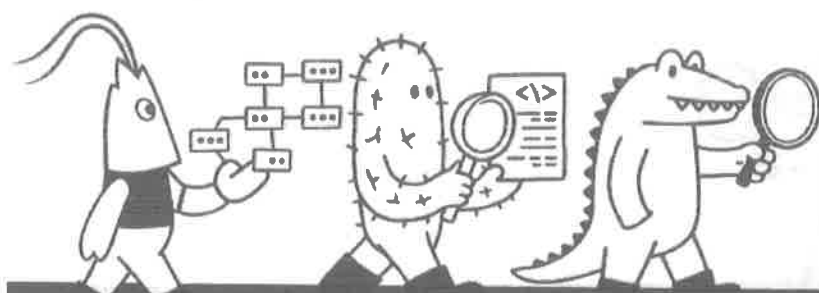
- **Semana 1:** Kickoff, auditorías técnicas (SEO, GA4, GTM) y accesos a cuentas.
- **Semana 2:** Guiones, storyboards, configuración de píxeles y estructura de campañas.
- **Semana 3:** Jornadas de grabación, sesión de fotos y edición.
- **Semana 4:** Aprobación de artes y **GO LIVE** de todas las campañas.

Mes 2: Optimización y Escalamiento

- Ajuste de pujas y reasignación de presupuesto a las carreras con mejor desempeño.
- Refresh creativo (segunda tanda de anuncios) para evitar la fatiga publicitaria.
- Publicación de artículos de blog y generación de los primeros 3 backlinks.

Mes 3: Maximización de Resultados

- Implementación de públicos *Lookalike* (similares a los que ya se inscribieron).
- Retargeting agresivo a leads que no han cerrado inscripción.
- **Meta Final:** Cumplimiento de las 480 inscripciones efectivas y reporte de cierre.



COTIZACIÓN



Fecha de Emisión 08 de mayo del 2026
Fecha de Pago
Periodo Mayo- Julio

Balance \$150,000 MXN

DINAMETRA
PERFORMANCE
MARKETING

Av Chapultepec Norte 15-19
Col. Ladrón De Guevara
CP 44600, Guadalajara, Jalisco
RFC: DPM220221FJ1

Dirigida a:

TecNM Tepeaca
Jesús Juárez Peñuela

Concepto	Monto
Estrategias de Mercadotecnia y Estudios de Mercado	\$75,000.00
Pautas Meta Ads	\$65,000.00
Zapier (automatización)	\$7,000.00
Automatización WhatsApp (WATI)	\$2,000.00
Mailing (Mailchimp u homólogo)	\$1,000.00

Términos

Para su ingreso, el pago debe recibirse, a más tardar, un día hábil antes de la sesión de onboarding.

Subtotal	\$150,000.00
IVA	\$24,000.00
Total	\$174,000.00
Balance a pagar	\$174,000.00

Firma: _____
Itzel Garcia

Mes 2 y 3: Optimización y Escalamiento

- Ajuste de pujas algorítmicas y reasignación de presupuesto hacia las carreras con mejor desempeño.
- Rotación de creatividades (refresh creativo) para evitar la fatiga publicitaria en la audiencia.
- Implementación de públicos similares (Lookalike) y campañas de retargeting agresivo a prospectos que no han concluido su inscripción.

3. Alcance Exacto de Entregables

A. Ecosistema Google Ads

- **Estructura:** Mínimo 6 campañas activas (Search Marca, Search Genérico, Performance Max y YouTube/Display Remarketing).
- **Anuncios:** 12 grupos de anuncios (2 por cada carrera principal) y 36 anuncios responsivos.
- **Display:** Diseño de mínimo 8 piezas creativas adaptadas a 5 medidas distintas (40 archivos en total).
- **Optimización:** Monitoreo y actualización semanal de una base de 200 palabras clave negativas.

B. Ecosistema Meta Ads (Facebook e Instagram)

- **Estructura:** Mínimo 3 campañas adaptadas a cada etapa del embudo de ventas (TOFU, MOFU, BOFU) con 6 segmentaciones distintas de público.
- **Contenido Mensual:** Desarrollo de 12 diseños estáticos (carruseles, feed, stories) y edición de 3 videos cortos/reels.

C. Posicionamiento Orgánico (SEO)

- **Auditoría y Setup:** Entrega de reporte técnico integral en PDF durante la primera semana y optimización On-Page de 15 URLs estratégicas.
- **Contenidos:** Investigación de 30 términos de búsqueda (keywords head, mid y long tail) y redacción de 4 artículos mensuales de blog de al menos 1,000 palabras optimizados para SEO.

D. Gobernanza y Reporteo

- **Visibilidad:** Acceso 24/7 a un tablero de métricas en vivo a través de Looker Studio.
- **Seguimiento:** 1 reunión inicial, 12 reuniones de seguimiento semanal y 1 revisión ejecutiva mensual.
- **Flexibilidad:** Hasta 2 rondas de cambios sin costo adicional por cada pieza creativa.

4. Presupuesto e Inversión

La propuesta contempla una distribución mensual que integra los honorarios de gestión y los presupuestos recomendados para pauta publicitaria. *(Nota: La inversión en plataformas de publicidad corre directamente a cargo del cliente).*

Concepto de Inversión	Monto Mensual
Honorarios de Agencia (Fee mensual)	\$30,000 MXN
Inversión Publicitaria en Google Ads	\$19,000 MXN
Inversión Publicitaria en Meta Ads	\$10,000 MXN
Inversión Mensual Total	\$69,000 MXN

Resumen del Proyecto (Contrato de 3 Meses):

- **Subtotal del Proyecto:** \$207,000 MXN
- **IVA:** \$33,120 MXN
- **Total Neto:** \$240,120 MXN

Aclaración fiscal: En caso de requerir factura, se aplicará el IVA correspondiente al final del pago; si no se requiere comprobante fiscal, se puede omitir dicho cobro. El presupuesto responde a las necesidades actuales detectadas y cuenta con validez de 30 días.



Tania Espejel Macías

