KREATO STUDIOS©

PROPUESTA DE MERCADEO DIGITAL · CASTELLETTO, LA PEDRERA, ZONA 6

Pauta, medición y prospectos para vender Castelletto

Doce meses de campañas en Meta y Google, con cada prospecto medido desde el anuncio hasta la cita, y todo a nombre de Castelletto.

200
prospectos al mes
meta comprometida con la inversión mínima de US$3,000, promedio del año

100
prospectos calificados al mes
50% de los prospectos

20
citas agendadas al mes
10% de los prospectos

US$4,000
inversión en medios recomendada al mes
mínimo de US$3,000 para sostener las metas

ESTUDIO PREVIO · SIN COSTO

El estudio de mercado digital detrás de estas cifras

Qué pautan hoy los proyectos comparables, cuánto se busca la zona en Google y qué espacio queda libre para Castelletto.

Ver el estudio completo →

castelletto-propuesta.deckzero.dev/estudio

CONTENIDO

La propuesta en una pantalla	2	De dónde salen las cifras	7	Tablero, reportes y reuniones	13
Estrategia por etapa	3	Casos con resultados	8	Medios y costos de terceros	13
Lo que se ve hoy en el mercado	4	Metas	9	Adicionales opcionales	14
Inversión en medios	5	Gestión de prospectos	11	Supuestos y exclusiones	15
Doce meses	6	Medición y propiedad	12	Siguiente paso	15

01 — LA PROPUESTA EN UNA PANTALLA

Lo que recibe Castelletto

Seis cosas, sin letra chica.

01

7 campañas activas

4 en Meta y 3 en Google, con **2 pruebas A/B al mes**.

02

Metas por escrito

200 prospectos, 100 calificados y 20 citas al mes, calculadas sobre la inversión mínima y con supuestos de costo más caros que nuestro promedio real.

03

Cada prospecto, al instante

Del formulario al asesor **por WhatsApp**, y un resumen cada mañana a las **7:30**.

04

Medición completa

Cada prospecto llega **con su origen**: qué campaña y qué mensaje lo trajo.

05

Tablero al día

Cifras de las plataformas **cada mañana**, reporte mensual, informe trimestral y **dos reuniones al mes**.

06

Todo es de Castelletto

Cuentas, píxel, dominio, página y base de prospectos quedan **a su nombre desde el primer día**.

02 — ESTRATEGIA POR ETAPA

Qué hace cada campaña

Meta da a conocer Castelletto y trae los prospectos; Google atiende a quien ya lo está buscando.



	Meta y Google	Meta y Google	Meta y Google	Meta	Equipo comercial
Etapa	**Campaña**	**Para qué**	**Cómo se mide**
Reconocimiento	Meta, reconocimiento	Que el público de la zona conozca el nombre Castelletto y su lugar dentro de La Pedrera	Alcance e impresiones
Reconocimiento	Google, Performance Max	Llevar el mismo mensaje a los demás espacios de Google	Impresiones
Interés	Meta, tráfico a la página de aterrizaje	Que la persona conozca el proyecto con calma	Sesiones y clics sobre impresiones
Interés y captación	Google, búsqueda genérica	Aparecer cuando alguien busca apartamentos en zona 6 o en zonas vecinas, apartamentos en venta en la ciudad, o cuota y financiamiento	Clics y prospectos
Captación	Meta, prospectos con formulario	Recibir datos de contacto con preguntas de filtro	Prospectos y costo por prospecto
Captación	Google, búsqueda de marca	Que quien busca “Castelletto” o La Pedrera llegue a la página oficial	Prospectos
Remarketing	Meta, remarketing	Volver a mostrar el proyecto a quien ya vio un video, visitó la página o abrió el formulario	Prospectos y calificados
Conversión	Gestión de prospectos con el equipo comercial	Que el prospecto agende cita y visite el showroom	Citas y visitas

CAMPAÑAS Y PIEZAS

En Meta, 4 campañas con **8 piezas al arranque (5 artes y 3 videos) y 5 piezas nuevas al mes (3 artes y 2 videos), cada una con 3 versiones de texto**. En Google, 2 campañas de búsqueda (marca y genérica, con 4 grupos de anuncios entre las dos) y 1 de Performance Max. En total, **7 campañas y 2 pruebas A/B al mes**.

03 — LO QUE SE VE HOY EN EL MERCADO

El mercado, revisado el 15 de noviembre de 2026

Los comparables pautan en Meta; en las búsquedas de zona 6 que revisamos, un solo proyecto mostró anuncio propio.

9 de 9

proyectos de apartamentos comparables **pautan hoy en Meta**, con entre 5 y 85 anuncios activos cada uno

2 de 9

de esos proyectos tienen **pauta confirmada en Google**

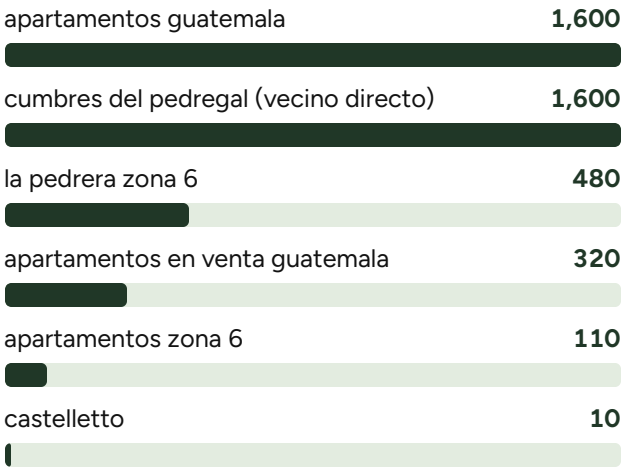
140

búsquedas al mes de compra en zona 6 en Guatemala ("apartamentos zona 6" 110, "apartamentos zona 6 guatemala" 20, "apartamentos en venta zona 6" 10)

10

búsquedas al mes de "castelletto": **el nombre todavía no se busca**

BÚSQUEDAS MENSUALES EN GUATEMALA



COSTO POR CLIC

En zona 6, Google cuesta **entre US$1.29 y US$1.97 por clic**. En Meta, el clic hacia una página costó **entre US$0.03 y US$0.46** en campañas inmobiliarias que hemos pautado.

EL ESPACIO LIBRE PARA CASTELLETTO

1. **El entorno.** En los títulos de anuncios revisados no aparecen el barrio, el patio, los miradores ni el bienestar, que son el argumento principal del proyecto.
2. **La búsqueda de La Pedrera y de zona 6.** En las búsquedas que revisamos, un solo proyecto mostró anuncio propio.
3. **La búsqueda de marca.** En las 7 búsquedas de marca y de La Pedrera que revisamos no apareció ningún anuncio.
4. **Primera prueba A/B propuesta:** entorno contra cuota, para saber con datos qué mensaje trae prospectos más baratos y mejor calificados.

UN CANAL NUEVO: LOS ASISTENTES DE IA

Ya es posible anunciar en ChatGPT desde Guatemala, con una inversión mínima de US$25 al día. Proponemos empezar por el **estudio de visibilidad en asistentes de IA** (ver adicionales opcionales) y, si muestra demanda, una **prueba opcional de US$750 al mes, adicional a la inversión recomendada, sujeta a que la plataforma apruebe la categoría de vivienda**.

04 — INVERSIÓN EN MEDIOS

US$4,000 al mes, con un mínimo de US$3,000

La inversión la paga Castelletto directo a las plataformas y no se mezcla con los honorarios.



Canal	Recomendado al mes	%	12 meses	Mínimo al mes
Meta	US$3,040	76%	US$36,480	US$2,280
Google, búsqueda	US$560	14%	US$6,720	US$420
Google, Performance Max	US$400	10%	US$4,800	US$300
Total	**US$4,000**	**100%**	**US$48,000**	**US$3,000**

REPARTO DENTRO DE META A RITMO PLENO, DESDE EL MES 3



Reconocimiento	**10%**
Tráfico	**15%**
Prospectos	**60%**
Remarketing	**15%**

REPARTO DE META POR ETAPA

En el lanzamiento el nombre todavía no se conoce, así que la mayor parte de Meta va a **reconocimiento y a tráfico**; después pasa a **prospectos y a remarketing**.

Etapa	Recon.	Tráfico	Prosp.	Remark.
Mes 1, lanzamiento	30%	30%	30%	10%
Mes 2, transición	20%	20%	45%	15%
Meses 3 a 12, ritmo pleno	10%	15%	60%	15%

TRES NIVELES Y LO QUE SE PUEDE ESPERAR DE CADA UNO

Nivel al mes	Prospectos al mes a pleno ritmo	Prospectos en el año	Citas en el año	Visitas en el año
US$3,000 (mínimo)	213	2,404	240	96
US$4,000 RECOMENDADO	**285**	**3,206**	**320**	**128**
US$5,000	356	4,007	400	160

Las cifras del año incluyen los dos meses de arranque y van redondeadas hacia abajo.

Las metas se calculan **sobre el mínimo de US$3,000**, no sobre los US$4,000 recomendados. La diferencia es el margen para cumplirlas.

La administración de la pauta es **un monto fijo, sin porcentaje** sobre la inversión. Cubre hasta US$5,000 de inversión al mes.

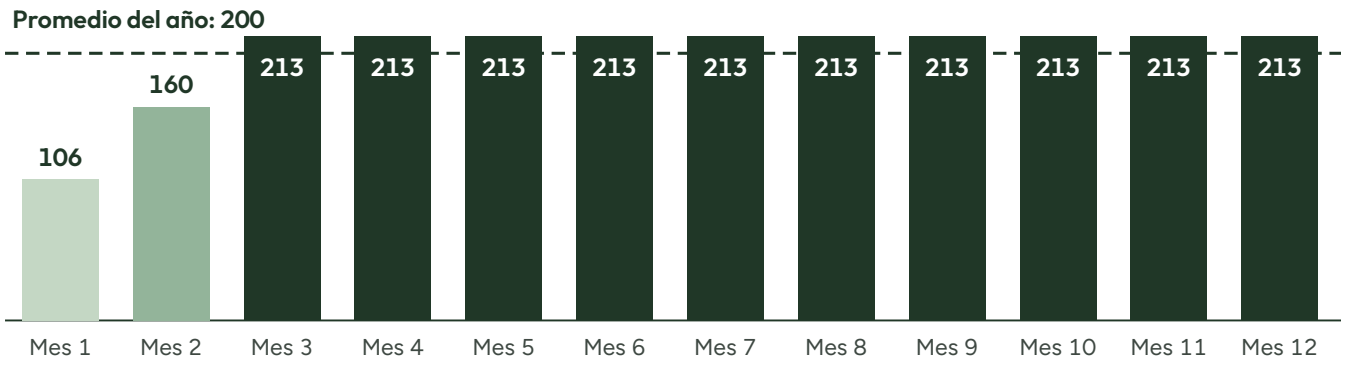
Los tres niveles suponen el mismo costo por prospecto. Con más inversión ese costo puede subir; **se revisa con datos reales a los 60 días**.

05 — DOCE MESES

Qué puede esperar Castelletto en doce meses

Los resultados no llegan completos desde el mes 1: las plataformas necesitan semanas de datos.

PROSPECTOS AL MES CON EL MÍNIMO DE US$3,000



Mes	Ritmo	Prospectos con el mínimo de US$3,000
Mes 1	50%	106
Mes 2	75%	160
Meses 3 a 12	100%	213 cada mes
Promedio del año		**200**

El reparto de Meta por etapa, en la sección de inversión, respalda el ritmo de los dos primeros meses.

Los meses van redondeados hacia abajo; por eso 106, 160 y diez meses de 213 no suman exactamente los 2,404 prospectos del año.

SOBRE LAS VENTAS

La pauta es una de las fuentes de la venta, junto con el showroom y la venta directa. El cierre depende también del producto, del precio, del financiamiento y del seguimiento del equipo comercial. Por eso **no proyectamos un número de reservas**. Cada mes reportamos las visitas y las reservas que el equipo comercial registre, y con **seis meses de datos propios** de Castelletto se podrá proyectar con base real.

LO QUE SE COMPROMETE

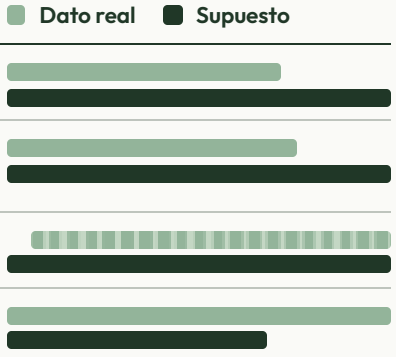
Prospectos, prospectos calificados y citas. Las visitas y las reservas se reportan cada mes como dato, sin meta.

06 — DE DÓNDE SALEN LAS CIFRAS

Datos reales, con supuestos más caros que el promedio

En 9 proyectos de apartamentos de la Ciudad de Guatemala que hemos pautado o auditado, entre noviembre de 2025 y noviembre de 2026, Meta entregó 759 prospectos.

Indicador	Dato real	Supuesto de planeación
Costo por prospecto	US$5.72	**US$8.00**
Costo por mil impresiones, campañas de prospectos	US$7.56	**US$10.00**
Costo por clic hacia una página	de US$0.03 a US$0.46	**US$0.46**
Clics sobre impresiones, todos los clics	2.96%	**2.0%**

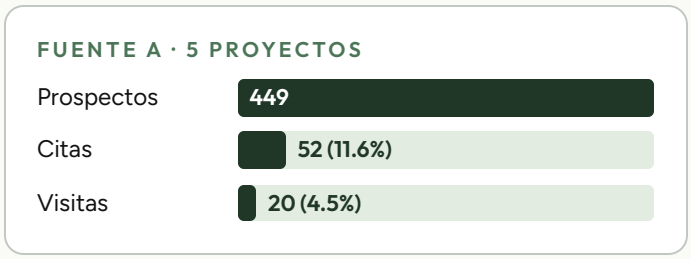


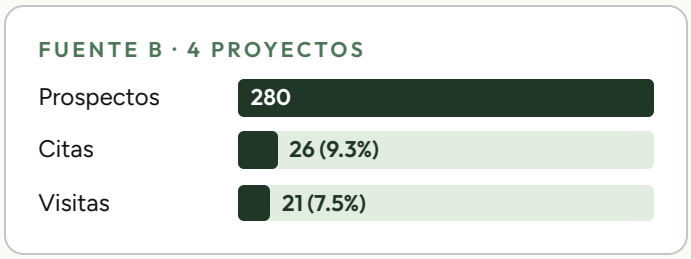
Planificamos con un costo de **US$8 por prospecto** en las campañas de prospectos, **40% más alto que el promedio real**, para no prometer de más. 7 de los 9 proyectos quedaron por debajo de US$10.

- Los clics sobre impresiones cuentan **todos los clics, como los reporta Meta**: 2.96% sobre 481,800 impresiones, en las 12 campañas de mayor inversión de una cuenta inmobiliaria que pautamos.
- El costo por mil de US$2.00 para reconocimiento es **un supuesto sin dato propio** de ese tipo de campaña.
- En Google búsqueda se planifica con **US$1.97 por clic**, el extremo alto del rango de zona 6.

DEL PROSPECTO A LA VISITA, CON REGISTRO DEL EQUIPO COMERCIAL

Fuente	Prospectos	Citas	Visitas
A: 5 proyectos, pauta cruzada con el sistema de ventas	449	52 (11.6%)	20 (4.5%)
B: 4 proyectos, prospectos registrados en el sistema de ventas	280	26 (9.3%)	21 (7.5%)
Supuesto para Castelletto		**10%**	**4%**





07 — CASOS CON RESULTADOS

Tres proyectos de vivienda en Guatemala

Sin nombres, por confidencialidad. Dos los pautamos nosotros; uno lo auditamos.

PAUTADO POR NOSOTROS

Apartamentos en preventa en la Ciudad de Guatemala

US$3.61
costo por prospecto

Periodo	**24 de agosto al 23 de septiembre de 2026**
Prospectos	**180**

RESULTADO COMERCIAL

2 ventas y alrededor de 4 visitas al día 9 de la campaña, **reportadas de palabra** por la responsable comercial del cliente. Sin cierre del mes.

PAUTADO POR NOSOTROS

Casas en un residencial fuera de la ciudad

US$1.33
costo por prospecto

Periodo	**Un mes, a partir del 3 de octubre de 2026**
Prospectos	**296**

RESULTADO COMERCIAL

Registro del sistema de ventas: de 218 prospectos registrados, 9 llegaron a cita, 4 a visita y 1 a reserva.

AUDITADO

Apartamentos en la Ciudad de Guatemala

US$6.95
costo por prospecto

Periodo	**Enero a mayo de 2026**
Prospectos	**151**

RESULTADO COMERCIAL

Cruce de la pauta con el sistema de ventas: 31 citas y 8 visitas. Pauta no gestionada por nosotros.

Son resultados de otros proyectos, con públicos, precios y equipos comerciales distintos, y **no constituyen una promesa para Castelletto**. Lo que muestran es el método: **formulario con filtros, entrega inmediata al equipo comercial y medición hasta la visita**.

08 — METAS

Nueve indicadores, cada uno con su cuenta

Promedio mensual del año, con el arranque incluido, sobre la inversión mínima de US$3,000.

EMBUDO DE METAS MENSUALES



Indicador	Meta mensual	12 meses
Alcance e impresiones	330,000	3,960,000
Tráfico a la página	800 sesiones	9,600
Clics sobre impresiones	2.0%	promedio
Prospectos	**200**	**2,400**
Costo por prospecto	US$15.00	promedio
Prospectos calificados	**100**	**1,200**
Costo por calificado	US$30.00	promedio
Citas agendadas	**20**	**240**
Tasa de conversión	50% calificados sobre prospectos; 20% citas sobre calificados	promedio

La columna de 12 meses es la meta mensual por doce, como la calcula el formato de cotización.

CÓMO SE CUENTA CADA META

- **Impresiones:** se cuentan campaña por campaña, solo las de Meta. Las de Google y las orgánicas quedan por encima de la meta.
- **Sesiones:** clics de la campaña de tráfico más clics de búsqueda de Google.
- **Clics sobre impresiones, 2.0%:** se mide con todos los clics, como lo reporta Meta, en las campañas que buscan clic (tráfico, prospectos y remarketing). La meta se apoya en el dato real de las 12 campañas de mayor inversión de una cuenta inmobiliaria que pautamos: 2.96% sobre 481,800 impresiones.
- **Costo por prospecto, US$15.00:** es toda la inversión mínima de US$3,000 entre los 200 prospectos, incluidos reconocimiento, tráfico y Google. En las campañas de prospectos planificamos con US$8.
- **Prospecto calificado:** el que en el formulario declara que la cuota se ajusta a su presupuesto y que la ubicación le funciona. Las preguntas se acuerdan con el equipo comercial. En proyectos que hemos pautado, entre 84% y 90% declara que la cuota se ajusta, y entre 51% y 73% declara además que la ubicación le funciona; se compromete 50%. Como referencia, sin comprometerla: después del contacto del asesor sigue activo cerca de 1 de cada 4 prospectos (26.5% en un proyecto con el ciclo ya cerrado).

LO QUE DA CADA INVERSIÓN

Con el mínimo de US$3,000 el plan es de **213 prospectos al mes** a ritmo pleno; con los US$4,000 recomendados, de **285**. La meta comprometida es de **200 al mes** en promedio del año.

08 — METAS

La cuenta campaña por campaña

Con la inversión mínima de US$3,000, a ritmo pleno (desde el mes 3).

Campaña	Al mes	Costo por mil	Impresiones	Clics hacia la página	Prospectos
Meta, reconocimiento (10%)	US$228	US$2.00	114,000	no busca	no busca
Meta, tráfico (15%)	US$342	US$4.60	74,348	743 (US$0.46 por clic)	no busca
Meta, prospectos (60%)	US$1,368	US$10.00	136,800	van al formulario	171
Meta, remarketing (15%)	US$342	US$10.00	34,200	van al formulario	42
Google, búsqueda	US$420	no se cuenta	no se cuentan	213 (US$1.97 por clic)	no se cuentan
Google, Performance Max	US$300	sin dato propio	no se cuentan	no se cuentan	no se cuentan
Total que se compromete			**359,348**	**956**	**213**

Con el arranque (mes 1 al 50% y mes 2 al 75%), las metas del año quedan en **330,000 impresiones, 800 sesiones y 200 prospectos**, redondeadas hacia abajo.

SUPUESTOS DE LAS METAS

1. Los supuestos de costo que tienen dato propio son más caros que nuestro promedio real; los de reconocimiento y de Google se estiman sin dato propio.
2. Las metas se calculan sobre la inversión mínima, no sobre la recomendada.
3. Solo la inversión de prospectos y de remarketing en Meta cuenta para la meta de prospectos.
4. Los prospectos de Google no se cuentan en la meta: suman por encima.
5. El 50% de calificados depende de que las preguntas del formulario se acuerden con el equipo comercial antes de salir al aire.
6. Calificados y citas solo se pueden medir si el equipo comercial registra cada etapa.
7. Arranque: mes 1 al 50%, mes 2 al 75% y ritmo completo desde el mes 3.
8. Si la inversión baja del mínimo, las metas bajan en la misma proporción.
9. **Son estimaciones de planeación, no garantía de ventas.**

09 — GESTIÓN DE PROSPECTOS

Del formulario al asesor, al instante

Y un resumen para el equipo comercial cada mañana a las 7:30.

1

La persona deja sus datos

En el formulario de Meta o en el de la página, con preguntas de filtro definidas con el equipo comercial.

2

El prospecto se guarda en una hoja de Castelletto

Con su origen. Si su sistema de ventas tiene conexión disponible, también se conecta; eso se define en la reunión de arranque.

3

Aviso por WhatsApp al asesor

Con los datos y las respuestas. La persona recibe un acuse.

4

Filtro de duplicados e inválidos

Para que el asesor no pierda tiempo.

5

Resumen de las 7:30

Los prospectos del día anterior, ya filtrados.

6

El asesor llama y registra

Cita, visita y reserva **vuelven al tablero**.

LO QUE NECESITAMOS DEL EQUIPO COMERCIAL

Marcar **cada cita, visita y reserva** en su sistema de ventas; acordar al inicio **qué es un prospecto calificado**; y **un responsable** que reciba los avisos.

10 — MEDICIÓN Y PROPIEDAD

Todo se instala a nombre de Castelletto

Y cada prospecto llega con su origen.

1 **Anuncio** → 2 **Página de aterrizaje** → 3 **Formulario o WhatsApp** → 4 **Hoja de Castelletto** y su sistema de ventas, si tiene conexión → 5 **Tablero**

QUÉ SE INSTALA

- Portafolio comercial de Meta y cuenta publicitaria
- Píxel de Meta
- Google Ads
- Google Analytics 4
- Google Tag Manager
- Perfil de Negocio de Google
- WhatsApp Business
- Tablero

LO QUE SE ENTREGA A CASTELLETTO COMO DUEÑO

- Todas las cuentas, el píxel, el dominio, la página, la base de prospectos y las piezas, con **acceso de administrador desde el inicio**.
- Los prospectos se guardan en una hoja de Castelletto, **no en cuentas de la agencia**. Si su sistema de ventas tiene conexión disponible, también se conecta; eso se define en la reunión de arranque.
- Si el contrato termina, **no hay nada que migrar**.

Al cierre de la activación se entrega un **inventario con todos los accesos**.

11 — TABLERO, REPORTES Y REUNIONES

Cifras al día cada mañana

Qué	Cada cuánto	Qué trae
Resumen de prospectos	Cada mañana, 7:30	Prospectos del día anterior, filtrados, con su origen y respuestas
Tablero en línea	Se actualiza cada mañana	Inversión, impresiones, sesiones, prospectos, costo por prospecto, calificados y citas, contra la meta del mes
Pruebas A/B	2 al mes	Qué se probó, el resultado y qué se decidió con el presupuesto
Reporte mensual	Cada mes	Resultados contra las metas, qué funcionó, qué se cambió y plan del mes siguiente
Reunión de resultados	2 al mes, virtuales; 1 presencial por trimestre	Revisión del tablero y decisiones de presupuesto
Informe trimestral	Cada trimestre	Qué mensajes y públicos traen citas, cómo va el embudo y recomendaciones

12 — LO QUE SE PAGA A TERCEROS

Inversión en medios y costos de terceros

Lo que Castelletto paga directo a cada proveedor. Los honorarios están en el formato de cotización.

Concepto	Monto	A quién se paga
Inversión en medios recomendada	**US$4,000 al mes, US$48,000 en 12 meses**	A Meta y a Google, directo
Dominio propio del proyecto	De US$20 a US$40 al año, según sea .com.gt o .gt	Al registro .gt
Alojamiento y certificado de la página	US$0	Cloudflare, plan gratuito
Automatización de entrega de prospectos (n8n en la nube, plan Pro)	US$60 al mes	A n8n, en una cuenta a nombre de Castelletto
Avisos de WhatsApp (aviso a los asesores y acuse al prospecto)	US$0.0113 por mensaje de utilidad; US$0.074 si Meta clasifica alguno como marketing; de US$13 a US$41 al mes	A Meta, según uso
Sistema de ventas	Sin costo de nuestra parte	Lo provee Castelletto

INCLUIDO EN LOS HONORARIOS, SIN COSTO DE LICENCIA

Manejo de Meta y Google; Google Analytics 4, Tag Manager y Perfil de Negocio; montaje y operación de la entrega de prospectos; desarrollo de la página de aterrizaje; tablero en línea.

13 — ADICIONALES OPCIONALES

Tres servicios que se pueden sumar

No entran al comparativo de precios.

ADICIONAL 1

Seguimiento y reactivación automática por WhatsApp y correo

US$100 al mes, más los mensajes al costo de Meta, que son de marketing: US$0.074 cada uno, máximo US$0.222 por prospecto (hasta US$63 a US$84 al mes).

Al prospecto que no contestó se le vuelve a escribir **a las 24 horas, a los 3 días y a los 7 días**: máximo tres mensajes, solo a quien dio su consentimiento en el formulario, desde un número nuevo a nombre de Castelletto, aparte del de los asesores.

Si la persona contesta, recibe una respuesta automática de una línea, el asesor recibe un aviso con lo que escribió y la secuencia se detiene. No es un asistente que conversa.

Por qué vale la pena: en proyectos que hemos pautado, casi la mitad de los prospectos que se pierden es porque no contestan.

ADICIONAL 2

Tablero ampliado, hecho a la medida

US$150 al mes.

Suma el **contenido orgánico de las redes** y las **tendencias de búsqueda**.

Cada persona entra con su propio usuario, y **un asistente de IA responde preguntas sobre los datos** en lenguaje normal.

Incluye el costo de las herramientas de datos y de IA.

ADICIONAL 3

Estudio de visibilidad en asistentes de IA

Tres perfiles de comprador y siete preguntas por perfil, hechas en los principales asistentes.

Dice si Castelletto aparece cuando alguien pregunta dónde vivir y quién aparece en su lugar.

Se entrega sin costo con la adjudicación (valor de US$600).

INCLUIDA EN LA PÁGINA DE ATERRIZAJE, SIN COSTO ADICIONAL

Una calculadora de cuota. En Guatemala “fha” se busca 5,400 veces al mes.

14 — SUPUESTOS Y EXCLUSIONES

Lo que damos por hecho y lo que no cubre

SUPUESTOS

- No encontramos cuentas ni activos digitales públicos de Castelletto: se asume que **todo se crea desde cero**. Si ya existen, se usan.
- Castelletto entrega la información del producto (precios, tipologías, enganche, cuota, fecha de entrega) y **aprueba los mensajes** antes de salir al aire.
- El equipo comercial **registra cita, visita y reserva** en su sistema de ventas.
- La página de aterrizaje incluye **hasta 3 rondas de cambios**.

EXCLUSIONES

- **No se promete un número de ventas ni de reservas.**
- No incluye pauta en plataformas fuera de Meta y Google, salvo la prueba opcional de anuncios en ChatGPT.
- No incluye la operación del sistema de ventas del cliente ni el seguimiento comercial de los asesores.

15 — CIERRE

Siguiente paso

Con la adjudicación, la primera semana es de arranque e investigación; la segunda, de estrategia y plan de medios; la tercera, de configuración técnica y producción; y la cuarta, de aprobaciones y salida al aire.

SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
Arranque e investigación	**Estrategia y plan de medios**	**Configuración técnica y producción**	**Aprobaciones y salida al aire**

El estudio previo de mercado digital de Castelletto está en línea:
castelletto-propuesta.deckzero.dev/estudio

KREATO STUDIOS