

Propuesta Técnica y Económica · Mayo 2026

Estrategia de Redes Sociales

para ROA Power Equipment

Preparada para · **Juan Carlos Roa**

Distribuidor Autorizado STIHL Máster Pro · **Sucursal Monterrey**

Por · **Miguel Gutiérrez Sandoval, Director General Kraken Digital**



1. Carta de presentación

Estimado Juan Carlos,

Gracias por el tiempo invertido en la reunión donde aterrizamos el alcance específico que ROA Power necesita para esta primera etapa: una estrategia de redes sociales enfocada en Meta (Facebook e Instagram) que dé a conocer la sucursal de Monterrey como Distribuidor Autorizado STIHL Máster Pro, y que abra una vía consistente de cotizaciones por WhatsApp.

Esta propuesta está diseñada exactamente para eso. Es deliberadamente acotada: tres campañas, tres niveles de inversión y un calendario orgánico claro. Sin servicios extra que no pidieron, sin componentes que no se justifiquen en esta fase.

Al final del documento incluyo una sección breve sobre componentes complementarios (SEO, Google Ads y Google Business Profile) que vale la pena considerar en una segunda etapa, una vez que esta primera campaña haya validado el modelo. No los integro en la propuesta económica actual porque no fueron parte del scope acordado, pero son piezas que típicamente multiplican el retorno cuando se suman al esfuerzo de Meta.

Miguel Gutiérrez Sandoval

Director General · Kraken Digital



2. Resumen ejecutivo

Plan de comunicación 100% enfocado en Meta para ROA Power Equipment Monterrey, articulado en tres frentes:

- **Campaña de alcance y reconocimiento de marca** • 70% de la inversión publicitaria. Posicionar a ROA Power como Distribuidor Máster Pro de STIHL frente al público objetivo en el área metropolitana de Monterrey.
- **Campaña de interacción con mensajes a WhatsApp** • 30% de la inversión publicitaria. Generar conversaciones con clientes potenciales interesados en productos específicos de STIHL, Honda y Hustler.
- **Calendario de contenido orgánico** • 8 publicaciones mensuales distribuidas entre Facebook, Instagram y LinkedIn, alineadas con los objetivos de la campaña pagada.

Tres escenarios de inversión disponibles: \$8,000, \$12,000 y \$16,000 MXN mensuales en pauta. Cada escenario mantiene el mismo trabajo profesional de gestión, optimización y reporte por parte de Kraken Digital. Lo que cambia es el alcance y la velocidad.



3. Objetivo estratégico

ROA Power Equipment opera en Monterrey como Distribuidor Autorizado STIHL Máster Pro. La marca STIHL tiene reconocimiento global, pero la pregunta crítica del cliente local es: ¿quién es el distribuidor confiable más cercano a mí?

Esta campaña responde esa pregunta de manera sistemática:

- **Construir asociación mental** entre la marca STIHL Máster Pro y ROA Power en el área metropolitana de Monterrey.
- **Generar conversaciones por WhatsApp** con clientes potenciales que ya están en momento de compra.
- **Establecer presencia orgánica consistente** en Facebook, Instagram y LinkedIn para sostener la confianza más allá del impulso publicitario.

4. Campaña 1 · Alcance y reconocimiento de marca

Asignación · 70% de la inversión publicitaria mensual.

Objetivo en Meta · Alcance.

Geografía · Área metropolitana de Monterrey y municipios conurbados (San Pedro, San Nicolás, Guadalupe, Apodaca, Santa Catarina, Escobedo). Radio configurable según resultados.

Audiencias

- **Profesionales independientes** (jardineros, podadores, paisajistas) con intereses en herramientas STIHL, Husqvarna, jardinería profesional.
- **Sector construcción ligera** con intereses en hidrolavadoras, cortadoras de concreto y herramienta de obra.
- **Propietarios de jardín residencial premium** en colonias con perfil económico medio-alto de Monterrey.
- **Lookalikes** de la base de clientes actuales de ROA Power una vez que se conecte el CRM o el catálogo a Meta Business.

Formatos creativos





- Reels y video corto (15-30 segundos) mostrando equipos en uso y al equipo de servicio técnico.
- Imágenes estáticas con foco en distinción de Distribuidor Autorizado Máster Pro.
- Carruseles de productos por categoría (motosierras, desbrozadoras, hidrolavadoras).



5. Campaña 2 · Interacción con mensajes a WhatsApp

Asignación · 30% de la inversión publicitaria mensual.

Objetivo en Meta · Interacción · Mensajes (Click-to-WhatsApp).

Destino · WhatsApp Business de ROA Power Monterrey, con respuestas inmediatas estructuradas por categoría.

Audiencias

- **Audiencia de retargeting** · personas que interactuaron con la Campaña 1 (vieron video 50%+, dieron like, comentaron, visitaron perfil).
- **Audiencia de intereses específicos** · personas con intereses en modelos específicos como STIHL MS 250, MS 391, FS 250, hidrolavadoras Honda.
- **Audiencia geolocalizada** · radio de 15-20 km de la sucursal Monterrey para capturar clientes con intención de visita física.

Formatos creativos

- **Anuncios con producto específico** y CTA directo a WhatsApp ("Pregunta por disponibilidad y precio").
- **Plantillas de mensaje inicial** preconfiguradas en WhatsApp Business para que el cliente reciba respuesta inmediata aunque sea fuera de horario.
- **Pruebas A/B** de creatividades cada 14 días para identificar qué tipo de mensaje genera más conversaciones cualificadas.

6. Contenido orgánico · 8 publicaciones mensuales

Calendario editorial coordinado en Facebook, Instagram y LinkedIn. Las publicaciones se diseñan para sostener la conversación abierta por la campaña pagada y construir credibilidad sectorial.

Semana 1	Producto en uso · video o foto de un equipo STIHL trabajando en campo real
----------	--



Semana 1	Conocimiento técnico · tip de mantenimiento, comparativa o guía de selección
Semana 2	Distribuidor Máster Pro · contenido educativo sobre por qué importa la garantía oficial
Semana 2	Testimonio o reseña · cliente real (con autorización) hablando del servicio
Semana 3	Producto en uso · video o foto distinta a la primera semana, otra categoría
Semana 3	Servicio técnico · contenido sobre capacidad de reparación y refacciones originales
Semana 4	Promoción o llamado a la acción · solo si hay promoción real activa, sino contenido educativo
Semana 4	Resumen mensual o evento · destacado del mes, nueva llegada o aniversario

Aclaración importante · Kraken Digital no produce contenido fotográfico ni audiovisual. Entregamos el calendario editorial completo, los textos finales (cops), los hashtags estratégicos y la guía visual; la producción de fotos y videos la ejecuta ROA Power o su productora de confianza. Esto es deliberado: nos especializamos en estrategia y operación, no en producción de contenido.



7. Propuesta económica · Tres escenarios

Tres niveles de inversión publicitaria mensual en Meta. La distribución 70/30 entre Alcance y WhatsApp se mantiene en los tres escenarios. El trabajo de Kraken Digital es el mismo en cuanto a calidad y rigor; lo que cambia es el alcance que se logra y la velocidad para validar audiencias.

	ESENCIAL	CRECIMIENTO	DOMINIO
Descripción	Validación de presencia de marca en Monterrey	Alcance ampliado y captación de leads sostenida	Saturación de mercado Monterrey con cobertura premium
Inversión mensual en pauta Meta	\$8,000 MXN	\$12,000 MXN	\$16,000 MXN
Campaña alcance (70%)	\$5,600 MXN	\$8,400 MXN	\$11,200 MXN
Campaña conversión WhatsApp (30%)	\$2,400 MXN	\$3,600 MXN	\$4,800 MXN
Publicaciones orgánicas/mes	8 (FB + IG + LinkedIn)	8 (FB + IG + LinkedIn)	8 (FB + IG + LinkedIn)
Fee Kraken (mensual)	\$12,000 MXN	\$15,000 MXN	\$18,000 MXN
Total mensual	\$20,000 MXN	\$27,000 MXN	\$34,000 MXN
Setup inicial (pago único)	\$15,000 MXN	\$20,000 MXN	\$25,000 MXN

Importante · La pauta digital se carga directamente con tarjeta de ROA Power a Meta. Kraken Digital sólo factura el fee de agencia mensual. Esto da a ROA visibilidad total del gasto publicitario y control directo sobre la cuenta.



8. Qué incluye el fee de Kraken

Independiente del escenario que se elija, el fee mensual de Kraken Digital incluye:

- **Setup completo de cuentas** · Meta Business Manager, Píxel + CAPI instalado en el sitio actual, catálogo de productos cargado, columna de mensajes WhatsApp Business conectada.
- **Diseño creativo de anuncios** · adaptación gráfica de fotos/videos proporcionados por ROA al formato óptimo de cada placement (Reel, Story, feed, etc.).
- **Redacción de copys** · títulos, descripciones y CTAs para cada pieza, con pruebas A/B.
- **Gestión activa de pauta** · revisión y optimización al menos 2 veces por semana, ajustes de presupuesto, segmentación y creatividades.
- **Calendario editorial orgánico** · 8 publicaciones al mes con copy, hashtags, hora óptima de publicación y especificación visual para producción.
- **Reporte mensual ejecutivo** · métricas clave (alcance, frecuencia, costo por conversación, CPM, calidad de leads), aprendizajes del mes y plan del siguiente.
- **Junta mensual** · revisión de 45 minutos para alinear resultados y siguientes pasos.

9. Cronograma

Semana 1	Setup técnico · Meta Business Manager, Píxel, accesos, primera reunión de brief
Semana 2	Diseño de creatividades, redacción de copys, definición de audiencias, calendario editorial
Semana 3	Lanzamiento de Campaña 1 (Alcance) y Campaña 2 (WhatsApp) · arranque de publicaciones orgánicas
Mes 2	Optimización con primeros datos · ajuste de audiencias y creatividades · primer reporte ejecutivo
Mes 3	Pruebas A/B sostenidas · evaluación de salto a escenario superior si los números acompañan

10. Términos comerciales

- **Plazo mínimo recomendado** · 3 meses. Las campañas de alcance en Meta requieren tiempo para que el algoritmo encuentre la audiencia óptima.





- **Setup inicial** · se factura al firmar la propuesta. 50% al firmar, 50% al lanzamiento.
- **Fee mensual** · se factura el primer día hábil de cada mes. Pago por transferencia o tarjeta.
- **Pauta publicitaria** · se carga directamente a tarjeta de ROA Power. Kraken nunca toca el dinero de la pauta.
- **Cláusula de exclusividad sectorial** · durante la vigencia del contrato, Kraken no trabajará con distribuidores STIHL competidores directos en el área metropolitana de Monterrey.



11. Componentes complementarios · Por qué considerarlos después

Esta propuesta entrega lo solicitado: redes sociales con foco en Meta. Sin embargo, sería deshonesto no mencionar tres componentes que, en negocios locales como ROA Power Monterrey, multiplican el retorno cuando se suman al esfuerzo de Meta. No están incluidos en la propuesta económica actual porque no fueron parte del scope acordado, pero vale la pena conocerlos para evaluar una segunda etapa.

Sitio web optimizado en SEO

Por qué importa · Cuando un cliente potencial en Monterrey busca "motosierra STIHL precio", "distribuidor STIHL Monterrey" o "reparación STIHL Monterrey" en Google, está en el momento más caliente del embudo. Ya decidió que necesita el producto; sólo busca a quién comprárselo.

Qué pasa si no se trabaja · Esos clics se los lleva el competidor que sí invirtió en su sitio. Meta es excelente para crear demanda; el SEO es indispensable para capturar la demanda que ya existe. Son complementarios, no sustitutos.

Qué incluye un trabajo de SEO real · Auditoría técnica del sitio (velocidad, schema markup, estructura de URLs, mobile experience), optimización on-page por modelo y categoría, contenido editorial técnico mensual (guías de uso, comparativas, mantenimiento), construcción de autoridad con backlinks sectoriales.

Google Ads · Captura de demanda activa

Por qué importa · Existe un volumen mensual estable de búsquedas en Google Ads en el área de Monterrey relacionadas con productos STIHL, Honda y Hustler. Cada búsqueda es un lead con intención de compra explícita. Si ROA no aparece arriba en esos resultados, el cliente compra en otro lado.

Cómo se complementa con Meta · Meta genera el descubrimiento y la familiaridad con la marca; Google Ads cierra la venta cuando el cliente ya decidió comprar. Sin Meta, las búsquedas en Google son menores. Sin Google Ads, el descubrimiento generado por Meta no se monetiza completamente.

Inversión típica para arrancar · \$8,000 a \$15,000 MXN mensuales en pauta para una sucursal local con geosegmentación cerrada. La rentabilidad típica en distribución de equipo profesional es alta porque el ticket de venta justifica el costo por clic.

Google Business Profile · El activo gratuito más subexplotado





Por qué importa · Cuando alguien busca "distribuidor STIHL cerca de mí" o "taller STIHL Monterrey" en Google Maps, el primer resultado se lleva entre 60% y 70% de los clics. El Google Business Profile (antes Google Mi Negocio) es la herramienta que determina ese ranking. Para un negocio local con sucursal física como ROA Power Monterrey, es probablemente el activo digital más rentable porque es gratuito en su versión base.

Qué requiere · Verificación de la sucursal Monterrey en Google, optimización completa del perfil (categorías, atributos, horarios, descripción con keywords locales), carga semanal de fotos reales del local y del equipo, publicaciones semanales tipo "post" promocional, y la palanca más subexplotada: una estrategia activa de generación de reseñas con campaña sistemática a clientes recientes.

Impacto típico esperado · Una sucursal con Google Business Profile bien trabajado puede recibir entre 200 y 800 visitas al perfil mensual, generar entre 30 y 150 solicitudes de ruta hacia el local, y entre 50 y 200 llamadas directas. Todo eso sin gasto en pauta.

Recomendación honesta · Esta propuesta cubre lo que ROA Power necesita ahora. Pero cuando se valide el modelo en redes sociales (3 a 6 meses), sería estratégicamente correcto sumar al menos Google Business Profile (impacto inmediato y bajo costo) y SEO básico. Cuando llegue ese momento, podemos preparar una propuesta complementaria sin necesidad de relanzar la relación.



12. Siguiendo pasos

- Confirmación del escenario elegido (Esencial / Crecimiento / Dominio).
- Firma de contrato de servicios.
- Accesos: Meta Business Manager, página de Facebook actual de ROA Monterrey, Instagram, LinkedIn de la empresa.
- Brand assets: logos vectoriales, paleta oficial STIHL, fotografías de la sucursal Monterrey y del equipo de trabajo.
- Junta de kick-off (60 minutos) para alinear voz de marca, productos a destacar primero y calendario de publicaciones del primer mes.

Quedo atento a tu confirmación, Juan Carlos. Si hay cualquier ajuste en alcance, presupuesto o cronograma, lo afinamos antes de firmar.

Miguel Gutiérrez Sandoval

Director General · Kraken Digital
miguel@krakendigital.mx · krakendigital.mx

