

\$10,000 BIEN PUESTOS VALEN UN CIERRE.

Este no es un plan de "traer clics". Galu vende robots de \$59,000 a más de \$800,000 MXN: un solo cierre representa 20–32 veces el presupuesto mensual de medios. Por eso agosto no persigue volumen barato — persigue conversaciones en las verticales de mayor ticket e intención. Con lo aprendido en julio (conversación a ~\$20, formulario a ~\$32), los \$10,000 se tratan como presupuesto de prueba, no de escala: para comparar segmentos, capitalizar Expo Abastur y dejar lista la medición comercial — que hoy depende de que Galú clasifique los resultados.

CLIENTE	PERIODO	PRESUPUESTO DE MEDIOS	REPARTO
Robotics Galu	Agosto 2026	\$10,000 MXN	Meta \$7,000 · Google \$3,000

EL PLAN LO DICTA LO QUE YA PASÓ.

No partimos de estadísticas genéricas: partimos de lo que la cuenta hizo en julio, verificado en plataforma. Eso justifica dónde poner cada peso en agosto.

333 CONVERSACIONES WHATSAPP · JULIO	86 EVENTOS DE LEAD (META)	\$15.76 COSTO/ CONVERSACIÓN · PRUEBA SH1	7.52% CTR GOOGLE SEARCH
--	--	--	--------------------------------------

QUÉ NOS DICE JULIO

La demanda entra barata: conversación de WhatsApp a \$15–\$18, formulario a \$31.66 y Google con CTR de 7.52% (su medición se corrigió apenas en julio, así que la calidad comercial de Google aún no está conciliada). **Pero de todo eso, hoy no hay visibilidad de resultado por segmento después de entrar a WhatsApp** — no sabemos qué se atendió, calificó o cerró. Ese es el punto que este plan atiende: probar, etiquetar por origen y exigir clasificación comercial.

Contexto de mercado (referencia): el mercado latinoamericano de robótica de servicio se proyecta en ~USD 4.8 mil millones para 2035, con una tasa de crecimiento anual cercana a **8.7%** y adopción todavía baja en México — un mercado en formación donde ya hay competidores instalando robots (ServiBot, Integritas). Terreno para ganar con catálogo amplio y respaldo de distribuidor oficial.

Una venta de BellaBot (\$199K) o T300 (\$319K) = 20–32 veces el presupuesto mensual de medios.

CATÁLOGO → TICKET → COMPRADOR (REFERENCIA COMERCIAL)

Precios Pudu: catálogo comercial 2025 (referencia, +IVA, sujetos a confirmación). Precios Unitree: páginas oficiales 2026 (USD, antes de impuestos y envío; G1 EDU y R1 EDU se cotizan). El precio piloto de GaluGuard debe validarse internamente antes de mostrarse. **Todos los modelos requieren confirmar existencia, fecha de entrega y modalidad comercial antes de activar.** El SH1 es una fregadora profesional de empuje (requiere operador), no un robot autónomo: por eso su campaña se corre como

prueba con celdas comparables —incluida la residencial, a solicitud del cliente— sin descartar ningún segmento hasta que Galú clasifique las conversaciones.

§ 03 · PRODUCTO × AUDIENCIA × MENSAJE

A QUIÉN, CON QUÉ, Y POR QUÉ.

El ángulo de cada vertical, la audiencia fina y el mensaje que mueve a un comprador que apenas está evaluando.

VERTICAL	AUDIENCIA FINA	ÁNGULO / MENSAJE	OFERTA (CTA)	KPI PRIMARIO
Limpieza · SH1 (requiere operador)	Prueba con 3 celdas comparables: residencial, empresas de limpieza e industria/corporativo. Geo: CDMX, GDL, MTY, Bajío.	"Hasta 70% menos tiempo de limpieza y 80% menos agua vs. métodos convencionales." Fregadora operada, no autónoma.	Cotización / demo	Conversación WA
Limpieza · CC1 / MT1 (autónomos)	Facility managers de oficinas, plazas, hospitales y hoteles; empresas de limpieza de grandes áreas.	"Limpieza autónoma 4-en-1, programable, turnos nocturnos sin supervisión." MT1 hasta 1,800 m²/h.	Cotización / demo en sitio	Conversación WA + lead
Hospitalidad	Dueños/gerentes de restaurantes, cadenas, hoteles. Interés: experiencia, escasez de meseros.	"Entrega y recolección sin errores, mesero que nunca falta, experiencia que sorprende." Diferenciación.	Demo / video en operación	Conversación WA
Industria / logística	Jefes de planta, logística, mantenimiento, mejora continua. Manufactura, CEDIS, automotriz.	"Mueve 300–600 kg sin AGV ni infraestructura fija; se instala sin rieles ni imanes." ROI operativo.	Estudio de caso / reunión técnica	Lead calificado (form)
Educación	Directores de laboratorio, investigación e ingeniería en universidades y centros STEM.	"La plataforma humanoide más usada en investigación; SDK abierto para tus proyectos." Prestigio + capacidad.	Cotización institucional / demo	Lead calificado (form)
Abastur (táctico · 26–28 ago)	Compradores y comunidad del sector hotelero/restauranero de la expo (+20,000 compradores, 600 expositores).	"Agenda una demostración con Robotics Galú en ABASTUR." Cita presencial en el stand.	Cita / visita al stand	Citas / alcance
GaluGuard (tras VoBo)	Seguridad patrimonial de parques industriales y plantas.	"Tus cámaras ya ven. Ahora haz que detecten." Prevención vs. grabación pasiva.	Diagnóstico / demo	Lead calificado

CADA PESO, CON RAZÓN.

\$10,000 concentrados donde el ticket, la intención y lo aprendido en julio coinciden. Sin dispersión: pocas campañas con presupuesto suficiente para aprender.

META · \$7,000 — TRES ARQUITECTURAS

ARQUITECTURA	DETALLE	OBJETIVO	\$
1 · Prueba SH1 (3 celdas iguales)	Residencial \$700 · Empresas de limpieza \$700 · Industria/corporativo \$700. Presupuesto, creativo y oferta equivalentes para no contaminar la comparación; etiqueta de origen por celda. Ninguna se descarta hasta que Galú clasifique.	Conversación WA	\$2,100
2 · Soluciones B2B	T300 / T600 (industria y logística) \$1,600 · Humanoides y educación \$1,000. Formularios de alta intención, no WhatsApp abierto.	Lead calificado (form)	\$2,600
3 · Hospitalidad + Abastur	BellaBot, KettyBot, PuduBot 2, FlashBot + limpieza HORECA. Fase previa, durante la expo (26–28 ago) y remarketing posterior.	Citas / demos / visita al stand	\$2,300
Subtotal Meta	—	—	\$7,000

GOOGLE · \$2,000 INICIALES — UNA CAMPAÑA SEARCH

GRUPO DE ANUNCIOS	REPARTO Y KEYWORDS	KPI	\$
Solución + modelos	70% — "robot de limpieza industrial", "Pudu CC1", "robot para hotel", "Unitree G1"	Conversión / clic calificado	\$1,400
Distribuidor / marca	20% — "Galu Robotics", "distribuidor Unitree México"	Marca	\$400
Exploración / competencia controlada	10% — "Pudu México", términos de competidor	Clic calificado	\$200
Subtotal Google (inicial)	—	—	\$2,000

RESERVA DINÁMICA · \$1,000 — SE LIBERA EL 8–10 DE AGOSTO

A DÓNDE VA LA RESERVA (SEGÚN DESEMPEÑO REAL)

A **Google** si ya produjo consultas calificadas · a la **mejor celda de Meta** (por calidad, no solo volumen) · a **Abastur** si hay stand, agenda y demostraciones confirmadas · a **GaluGuard** únicamente si existe VoBo y landing operativa. No comprometemos \$3,000 a Google de entrada porque su medición se corrigió apenas en julio y su calidad comercial aún no está conciliada.

Modelos y disponibilidad (R1, G1, T300, T600, CC1, MT1, SH1, BellaBot) a validar contra inventario antes de activar. Toda la pauta con eventos de conversión (*generate_lead / whatsapp_click*) y UTMs por campaña, vertical y celda.

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO



MEDIR HASTA LA VENTA.

La pauta no termina en el clic. Cada campaña se instrumenta para seguir al prospecto hasta oportunidad y cierre — el hueco que hoy no existe.

INSTRUMENTACIÓN

Eventos *generate_lead* y *whatsapp_click* en GA4 + Meta; UTM's por campaña, vertical y celda.
Medir hasta la venta requiere además CRM, captura del origen de cada lead y carga de conversiones offline a Meta y Google — hoy no disponible del lado del cliente.

REGLAS DE OPTIMIZACIÓN

Lectura a los **7 días**, decisión a los **14**: se apaga lo ineficiente, se mantiene lo bueno y se escala lo de mejor calidad. Las celdas de la prueba SH1 (incluida residencial) se conservan hasta tener datos y clasificación; ninguna se descarta a ciegas.

EMBUDO OBJETIVO DE AGOSTO

ETAPA	CÓMO SE MIDE	RESPONSABLE
Conversación / lead	Meta + GA4 (eventos)	Sindicato
Contacto único y calificación	CRM / tablero + guion por vertical	Galu (comercial) · con Nico opcional
Cotización / demo	Registro en CRM	Galu
Cierre + fuente	Reporte de ventas por origen	Galu

Condición para escalar: gobernanza comercial y respuesta en 2 horas.

No recomendamos subir de \$10,000 sin lo mínimo para convertir: **respuesta automática inmediata + primera respuesta humana en máximo 2 horas hábiles**, intento telefónico cuando haya número y hasta 3 seguimientos en 72 h. Más: CRM o tablero único, responsable comercial, **estatus obligatorio por lead** (basura / válido / calificado / cotizado / seguimiento / cerrado), revisión semanal por campaña y reporte de cierres por fuente. En WhatsApp, 24 horas es prácticamente abandonar el lead. Sin esto, se repite el patrón de julio: demanda barata que no se atiende.

SEMANA A SEMANA.

SEMANA	FOCO	ACCIONES
Sem 1 (1–7 ago)	Arranque + aprendizaje	Encender Limpieza, Industria, Hospitalidad y Google. Verificar tracking y saldo. Creativos base por vertical.
Sem 2 (8–14 ago)	Primera lectura	Revisión a 7 días: reasignar de lo caro a lo eficiente. Encender Educación. Definir fecha de grabación con Galu para videos de producto.
Sem 3 (15–21 ago)	Optimización + Abastur teaser	Decisión a 14 días. Lanzar teaser de Expo Abastur. Sumar GaluGuard si hay VoBo. Nuevos creativos de robot en operación.
Sem 4 (22–31 ago)	Empuje Abastur + cosecha	Campaña de asistencia a Abastur (fin de mes) + remarketing. Cierre de mes, lectura de calidad por vertical y recomendación de septiembre.

Los días con contenido de video quedan sujetos a la fecha de grabación (pendiente de Galu). **ABASTUR es del 26 al 28 de agosto de 2026.** Antes de liberar el presupuesto de Abastur se necesita: número de stand, robots presentes, horarios de demostración, responsable para agendar, landing/formulario específico y audiencia de remarketing de hospitalidad.

DEMANDA BARATA.
TICKET ALTO.
FOCO EN EL CIERRE.

B2B BOOST · BY SINDICATO

Plan de Medios · Agosto 2026 · Robotics Galu · hola@peltiermkt.com

© 2026 · Documento interno · Sindicato y B2B Boost son productos de Grupo Peltier. Precios y modelos de referencia, a validar contra inventario. Presupuesto de medios = presupuesto del cliente.

Fuentes: Unitree oficial (shop.unitree.com, unitree.com/R1); Pudu Robotics (pudurobotics.com — CC1, T300, T600); RobotLAB; Robots LATAM; Expansión "Auge de robots de servicio en México" (2025); El Imparcial; Informes de Expertos (Mercado LatAm de robótica de servicio); ServiBot.mx; Integritas.mx. Desempeño de pauta: Meta Ads Manager / Google Ads vía Windsor.ai (jul 2026).