

CESAR BAZ

Sistemas de adquisición para convertir inversión en revenue.

Diagnóstico, arquitectura y dirección estratégica para empresas
que necesitan crecer sin perder control del CAC.

CB

Tener canales no significa tener un sistema.

Una empresa puede tener inversión, equipo y herramientas —y seguir amplificando fugas.

META ADS

GOOGLE ADS

CRM

AGENCIA

EQUIPO

LEADS

Cuando las piezas no están conectadas, aumentar inversión sólo amplifica las fugas.

TRÁFICO → LEADS → VENTAS

≠

ADQUISICIÓN → MEDICIÓN → REVENUE

La fuga ya deja señales.

El problema es que cada área suele ver sólo una parte.

- 01 El CAC aumenta cuando escala la inversión.
- 02 Hay leads, pero ventas cuestiona su calidad.
- 03 Marketing optimiza CPL; negocio necesita revenue.
- 04 Meta, Google, CRM y ventas usan datos distintos.
- 05 El performance cambia radicalmente mes a mes.
- 06 Nadie puede señalar dónde se pierde dinero.

Si no puedes localizar la fuga, tampoco sabes dónde poner el siguiente peso.

Una campaña optimiza plataforma. Un sistema optimiza negocio.

CAMPAÑAS		SISTEMA
Optimiza plataforma	→	Optimiza negocio
Persigue CPL	→	Controla CAC
Mide leads	→	Mide revenue
Escala presupuesto	→	Escala arquitectura
Datos fragmentados	→	Feedback de ventas
Reacciona	→	Aprende

El servicio correcto depende de dónde se rompe el sistema.

No es un catálogo. Cada modalidad responde a un estado distinto de la operación.

01 / CLARIDAD

Diagnóstico Estratégico

No sabemos dónde está el problema.

02 / CONSTRUCCIÓN

Sistema de Adquisición

Necesitamos construir o reconstruir la máquina.

03 / ESCALA

Escalamiento y Optimización

Funciona, pero escalar deteriora la economía.

04 / DIRECCIÓN

Growth Partner

Tenemos equipo; necesitamos dirección senior continua.

El sistema aprende porque nunca se considera terminado.

La IA amplifica análisis y velocidad. La dirección estratégica sigue siendo humana.



APRENDER → CORREGIR → PRIORIZAR → VOLVER A MEDIR

Debajo de cada decisión hay cinco capas conectadas.

El valor no está en “hacer Meta Ads”. Está en definir cómo cada pieza mueve la economía del negocio.

01	ECONOMÍA	CAC objetivo · LTV · margen · revenue
02	ADQUISICIÓN	Meta · Google · audiencias · funnel · creative testing
03	DATOS	GTM · GA4 · CAPI · Enhanced Conversions · atribución
04	REVENUE	CRM · calidad · conversión · feedback
05	INTELIGENCIA	Anomalías · fatiga · oportunidades · automatización

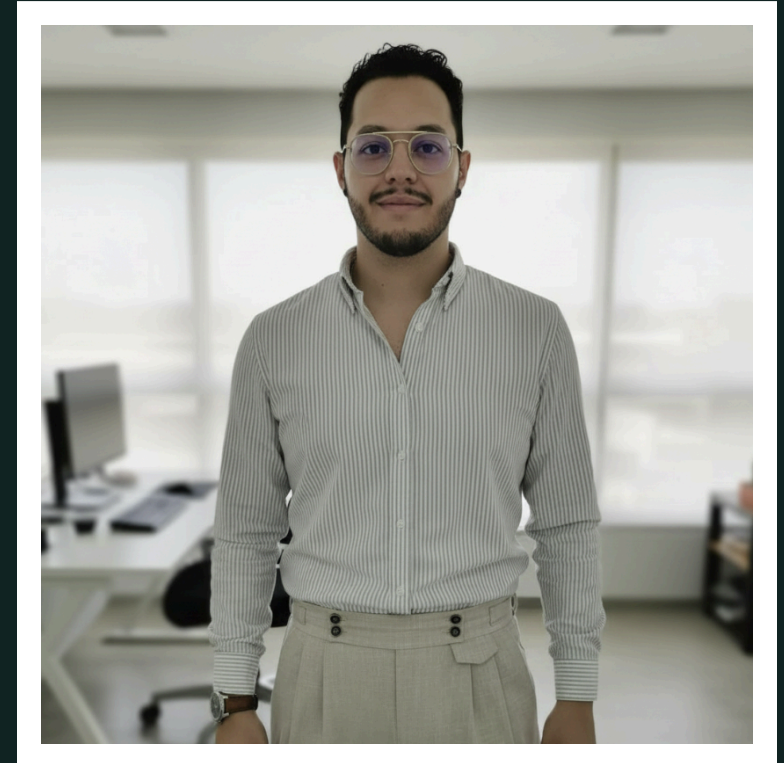
He operado donde equivocarse cuesta dinero.

13+

AÑOS CONSTRUYENDO SISTEMAS DE ADQUISICIÓN

TELECOM · PHARMA · RETAIL · AUTOMOTRIZ PREMIUM

La metodología no nació en una presentación. Nació bajo presión real de volumen, CAC y revenue.



BAIT · WALMART

Escalar sin perder control del CAC.



RETO

Competir en portabilidad prepago con CAC restrictivo y rivales con presupuestos superiores.

DECISIÓN

Escalamiento gradual, segmentación conductual y optimización hacia portabilidad real —no CPL barato.

10×

ESCALAMIENTO DE LEADS

100K

LEADS MENSUALES EN PICO

27–30%

TASA DE CONVERSIÓN

8K → 100K
leads/mes

FEMSA SALUD · FARMACIAS YZA

La medición cambió las decisiones de inversión.



ANTES

Meta y Google fragmentados.
ROAS 42%–147%.
Dependencia de temporadas.

SISTEMA

Always On omnicanal, atribución y optimización conectadas a revenue.

835%+

ROAS PROMEDIO SOSTENIDO

\$25.6M

MXN REVENUE ATRIBUIDO

294K+

COMPRAS GENERADAS

650%–800%
consistente

MERCEDES-BENZ · ALTA INTENCIÓN

Más leads no era la respuesta.



DIAGNÓSTICO

70% de los leads no tenía perfil real de comprador. Ventas estaba saturada, no desabastecida.

INTERVENCIÓN

Keywords transaccionales, formularios de calificación y optimización por test drive agendado.

-38%

REDUCCIÓN DE CPL

22-26%

TEST DRIVES AGENDADOS

3x

MAYOR CONVERSIÓN VS. TRÁFICO GENERAL

La calidad era la palanca.

La intervención correcta se decide con dos preguntas.



GROWTH PARTNER

Capa transversal cuando ya existe equipo interno, pero hace falta criterio senior continuo.

CESAR BAZ

Empecemos por encontrar la fuga.

Solicitar el diagnóstico activa un proceso concreto para decidir qué intervenir antes de aumentar inversión.

01 · CONTEXTO

Compartes el reto, las métricas disponibles y el estado actual.

02 · LECTURA

Revisamos economía, funnel, medición y arquitectura de adquisición.

03 · DECISIÓN

Definimos la fuga prioritaria y la modalidad de intervención correcta.

[SOLICITAR DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO ↗](#)

cesarbaz.com · headgrowth@cesarbaz.com · WhatsApp 55 8033 3468

CB