CEO
DESARROLLO EMPRESARIAL

GUÍA DE DECISIÓN · NOVIEMBRE 2026

Cuánto cuesta contratar una agencia de marketing y qué estás pagando en realidad.

No existe una tarifa estándar. Lo que sí existe es una forma de entender el precio: de qué se compone, cómo cobran las agencias y cómo saber si lo que te piden tiene sentido para tu negocio.

Por **Adrián Vera** · **Noviembre 2026** · Lectura: **7 min**

"¿Cuánto cuesta?" es la primera pregunta y casi nunca tiene una respuesta corta. Dos agencias pueden cotizar $6,000 y $25,000 al mes por "lo mismo" y tener ambas razón, porque lo que incluyen, lo que miden y lo que dejan fuera es muy distinto.

En esta guía no vamos a darte un precio "promedio del mercado" sin fuente. Vamos a darte algo más útil: los cuatro componentes del costo, los modelos de cobro más comunes, y un método para saber si un precio es caro **para tu negocio**. Al final, para ser transparentes, te mostramos lo que cobramos nosotros.

> **El precio mensual no es el costo de contratar marketing. Es solo una de las cuatro partidas.**

Las cuatro partidas del costo

PARTIDA	QUÉ ES	QUIÉN LA COBRA
1. Honorarios	El servicio de la agencia: estrategia, creación y gestión de campañas, contenido, reportes.	La agencia (mensual o por proyecto).
2. Inversión en anuncios (pauta)	El dinero que se gasta en Meta, Google u otras plataformas para que se muestren tus anuncios.	La plataforma. Lo normal es pagarla directo desde tu tarjeta o cuenta publicitaria.
3. Producción y herramientas	Fotografía, video, diseño, dominio, hosting, software de seguimiento. A veces va incluido, a veces se cobra aparte.	La agencia o terceros, según la propuesta.
4. Tu tiempo y atención	Aprobar contenido, dar accesos y, sobre todo, atender y dar seguimiento a los prospectos que lleguen.	Tú o tu equipo. No aparece en ninguna cotización, pero decide si la inversión rinde.

> **Regla práctica:** cuando compares cotizaciones, súmales siempre la pauta y la producción. Una agencia "barata" que cobra producción aparte o una comisión sobre tu pauta puede terminar costando más que una "cara" que lo incluye todo.

Cuatro modelos de cobro (y qué riesgo trae cada uno)

MODELO	CÓMO FUNCIONA	VENTAJA	QUÉ VIGILAR
Fee fijo mensual	Un monto mensual por un alcance definido.	Presupuesto predecible y fácil de comparar.	Que el alcance esté por escrito: cuántas campañas, piezas y reportes.
% sobre la inversión en anuncios	La agencia cobra un porcentaje de lo que gastas en pauta.	Se ajusta al tamaño de la campaña.	Incentiva a gastar más, no a gastar mejor. Pregunta si el porcentaje se suma a la pauta.
Por proyecto	Pago único por algo concreto: configurar cuentas, una landing, una auditoría.	Sabes qué compras y cuándo termina.	Qué pasa después de la entrega: soporte, ajustes y quién opera.
Por resultados / comisión	Se paga según prospectos o ventas generadas.	Parece alinear los intereses.	Cómo se define un "resultado" y quién controla la atención y el cierre.

Ninguno es malo en sí mismo. Lo importante es que entiendas qué conducta incentiva: el fee fijo premia el orden, el porcentaje premia el gasto y el pago por resultado premia lo que sea fácil de contar.

Qué hace que el precio suba o baje

- **Número de plataformas.** Operar Meta, Google, redes y medición toma más trabajo que una sola.
- **Producción de contenido.** Reels, video y fotografía profesional cuestan más que piezas de diseño.

- **Medición y automatización.** Instalar seguimiento real, respuesta automática y reportes con datos de ventas requiere más que activar anuncios.
- **Sector y complejidad.** Salud, industria o servicios profesionales tienen reglas, ciclos de venta y mensajes distintos.
- **Quién opera tu cuenta.** Un especialista dedicado cuesta más que un practicante supervisado de lejos, y se nota en los resultados.
- **Frecuencia de reportes y soporte.** Reunión mensual, seguimiento semanal y atención por WhatsApp no cuestan lo mismo.

Cómo saber si un precio es caro para tu negocio

La pregunta correcta no es "¿cuánto cobra?", sino **"¿cuántas ventas necesito para recuperar lo que invierto?"**. Es un cálculo que cualquier dueño de negocio puede hacer en cinco minutos:

1. **Suma tu inversión mensual total**
   Honorarios + pauta + producción. Ese es tu costo real, no solo el fee.
2. **Calcula tu utilidad por venta**
   Precio de venta menos lo que te cuesta atender a ese cliente. Usa utilidad, no ingreso: es lo que realmente queda.
3. **Divide: inversión ÷ utilidad por venta**
   El resultado es el número de ventas que necesitas al mes para quedar a mano. Ese es tu punto de equilibrio.
4. **Pregúntate si es realista**
   Con el volumen de prospectos que puedes atender y tu tasa de cierre actual, ¿alcanzas ese número en 90 días? Si no, el problema no es el precio: es el ajuste entre la inversión y tu negocio.

> **Ejemplo ilustrativo (cifras inventadas para explicar el método, no son resultados de nadie):** un negocio paga $9,800 de honorarios más $10,000 de pauta al mes, es decir $19,800. Cada venta le deja $3,200 de utilidad. Punto de equilibrio: $19,800 ÷ $3,200 = 6.2, o sea **7 ventas al mes** solo para no perder. Si hoy cierra 3, ese servicio todavía no es viable para él, sin importar qué tan barato o caro sea.

Si no tienes a la mano tu costo por prospecto ni tu utilidad por venta, la calculadora de marketing te ayuda a estimarlos en minutos.

Costos ocultos que debes preguntar

- **IVA:** ¿el precio cotizado ya lo incluye o se suma?
- **Comisión sobre la pauta:** ¿te cobran un porcentaje además de los honorarios?
- **Producción:** ¿fotos, videos y diseños están incluidos o se cotizan por pieza?
- **Configuración inicial:** ¿hay un pago de arranque aparte?
- **Permanencia:** ¿hay plazo mínimo o penalización por cancelar?
- **Herramientas:** ¿el software o el hosting corren por tu cuenta?

Lo que cobramos nosotros (referencia transparente)

Para que tengas un punto concreto de comparación, estos son nuestros precios vigentes a noviembre de 2026. Cambian con el tiempo, así que confirma siempre en la página de cada servicio.

SERVICIO	PRECIO (MXN)	IVA
Configuración experta (pago único)	$1,000 por plataforma · $1,800 las dos	Ver la página
Auditoría IA de anuncios (pago único, por plataforma)	$999	Ver la página
Servicios profesionales (mensual)	$6,000 · $8,300 · $10,500	Incluido
Servicios B2B (mensual)	$7,500 · $9,800 · $12,000	Incluido
Marketing médico (mensual)	$7,500 · $11,000 · $16,000	Se suma (+ IVA)

En todos los planes mensuales la inversión en anuncios no está incluida: la defines según tus metas y se paga directo a Meta y Google desde tu tarjeta, sin comisiones ocultas.

> **Barato es lo que cuesta poco. Caro es lo que cuesta más de lo que te devuelve. Solo puedes saber cuál es cuál si mides.**

Si estás comparando cotizaciones, combina esta guía con Cómo elegir una agencia de marketing: una te ayuda a entender el precio y la otra, a evaluar a quien lo pone.

◆ ¿YA TIENES COTIZACIONES EN LA MESA?

Revisemos tus números antes de que firmes.

Agenda una sesión estratégica gratuita de 30 minutos. Calculamos tu punto de equilibrio contigo y te decimos qué inversión tiene sentido para tu

negocio, aunque al final decidas no contratarnos.

Quiero mi sesión estratégica →

Sin compromiso · 30 minutos · 100% enfocado en tu caso

© 2026 Desarrollo Empresarial CEO · Todos los derechos reservados

desarrolloempresarialceo.com