INFORME DE EJEMPLO

Esta es la foto comercial de una empresa de servicios.

Una agencia de marketing de 6 a 10 personas en la Región Metropolitana. Mira qué descubre en su informe y cómo se armará el tuyo.

Las cifras de este ejemplo son ilustrativas. Las de tu informe salen de tus respuestas.

Casi 24.000 empresas de servicios con equipo en Chile. Casi ninguna cifra sobre cómo venden.



Cada punto son unas 100 empresas. El que brilla eres tú. En cinco años, las de publicidad con equipo bajaron 4% y las de consultoría de gestión, 17%.

Los estudios de referencia sobre cómo venden las agencias vienen de otros países. Este estudio parte de ese vacío.

Fuentes: SII, empresas por actividad económica y tramo de trabajadores, año comercial 2024 (24.088 empresas en diez actividades de servicios con 1 a 49 trabajadores dependientes; no incluye a quienes trabajan sin dependientes); SparkToro, State of Digital Agencies 2025.

UNA CARTA ANTES DE EMPEZAR

Llevo más de 35 años conectando negocios y tecnología. Hoy vendo servicios profesionales, y me pasa lo mismo que a muchos: no sé cómo se compara mi forma de vender con la de otras empresas como la mía. Hay opiniones y casos de éxito, pero en Chile casi no hay cifras.

Por eso existe este estudio: preguntas simples, una foto honesta de tu empresa y comparaciones con empresas parecidas. Lo que ves en este ejemplo es lo que recibirás tú, y lo que respondas ayudará a otras a ver la suya. Si te hace sentido, responde.

Damián Acuña, Observatorio Comercial

Tú respondes, nosotros comparamos, tú recibes.

Tú respondes		Tú recibes
Lo esencial: 45 preguntas, ves unas 42 según tus respuestas Cómo te va, de dónde vienen tus clientes, cuántas conversaciones tienes, cómo das seguimiento, tu tamaño y tus servicios.	›	**Tu foto completa** Tu etapa y tus ocho áreas, qué te frena, cuánto podría valer, tu plan a 90 días y qué número mirar y cuándo.

Comparamos con empresas de tu tamaño y tu servicio. Desde 10 como la tuya mostramos tu grupo; con menos, ampliamos al total de Chile. Son reglas fijas, no inteligencia artificial: las mismas respuestas dan siempre el mismo resultado.

Opcional: Profundiza tu diagnóstico, 21 preguntas Precios, clientes actuales, caja, IA y entorno.	›	**Las ocho áreas completas** Si te falta alguna, te decimos qué parte te la llena.
Opcional: Lo que has probado, 5 preguntas Qué iniciativas te funcionaron, cuáles no y si te piden referencias.	›	**Tus referencias frente a tu grupo** Y un plan que no repite lo que ya intentaste.

Observatorio Comercial

Agencias y consultoras de servicios en Chile

INFORME PERSONAL · EDICIÓN 2026

Tu diagnóstico comercial 2026

Cómo vende tu empresa frente a empresas de 6 a 10 personas, en marketing y comunicaciones, y qué mover primero

INFORME DE EJEMPLO

Tu respuesta · Dónde estás · Cómo llegar · Para tu reunión · Para profundizar (opcional)

71 empresas en tu grupo · 131 respuestas de Chile

Tu empresa tiene rutinas 1 2 3 4 5

Tú te ves en la etapa 4; tus respuestas hablan de la 3.

TU RESPUESTA

Te faltan oportunidades y te sobra capacidad.

QUÉ TE FRENA	**Demanda.** Tu equipo podría atender más clientes. Es común: 7 de cada 10 empresas de tu grupo están en tu mismo punto en conversaciones comerciales nuevas.
CUÁNTO PODRÍA VALER	Hasta unos US$72.000 al año si igualas a la empresa típica de tu grupo en tu tasa de cierre. Es una estimación máxima, no una promesa.
QUÉ HACES PRIMERO	Reabre las conversaciones que se enfriaron
QUÉ NÚMERO MIRAR	Respuestas y reuniones que salieron de esa lista
A DÓNDE LLEGAS	En 90 días, conversaciones comerciales nuevas: de «1 a 3» a «4 a 10».

Esto es lo esencial. Las láminas que siguen te explican por qué y cómo.

LA FORMA DE TU EMPRESA

Hay algo que mirar en cuatro de tus ocho áreas; empieza por demanda

TU EMBUDO Y TU ECONOMÍA

Demanda

El 28% de tu grupo tiene también esta alerta

¿Llegan suficientes oportunidades?

Empieza aquí Te faltan oportunidades y te sobra capacidad

Conversión y cierre

El 58% de tu grupo tiene también esta alerta

¿Cierras lo que llega?

Para mirar Se te enfrían oportunidades que ya tenías

Oferta y precio

El 18% de tu grupo tiene también esta alerta

¿Qué vendes, a quién y a cuánto?

Para mirar Das descuentos y aun así pierdes por precio · y 1 más

TUS PALANCAS

Personas y tiempo

El 75% de tu grupo tiene también esta alerta

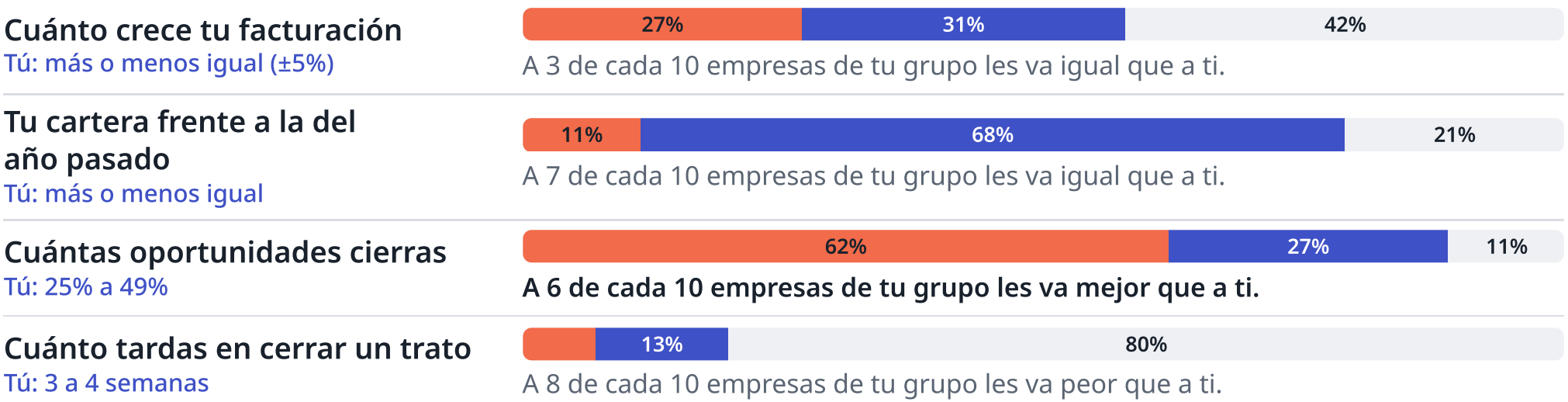
¿Depende todo de ti?

Para mirar Las ventas dependen de tu tiempo

Sin alertas en clientes actuales, caja, procesos y herramientas e IA: con lo que respondiste, no son lo primero que mover.

SIGNOS VITALES

Tu punto más débil frente al grupo es «cuántas oportunidades cierras»



> Estás entre las que mejor van de tu grupo en rapidez para cerrar un trato. No lo muevas mientras haces el plan.

Esto compara con tu grupo; tu cuello de botella sale de tus respuestas (lámina siguiente).

Dos respuestas tuyas apuntan a demanda

Tu equipo tiene espacio para atender más clientes, pero llegan pocas conversaciones nuevas. El cuello de botella está antes de la venta: en que lleguen oportunidades.

LO QUE RESPONDISTE

- Tu equipo podría atender más clientes.
- En los últimos 90 días tuviste entre una y tres conversaciones comerciales nuevas.

TUS TRES NÚMEROS

Tu crecimiento depende de tres números. Tu foto te dice cuál mover primero.

Conversaciones nuevas en 90 días



Estás donde está lo típico de tu grupo.

×

De cada 100 oportunidades, cuántas cierras



Lo típico de tu grupo: 50% a 74%.

Aquí está la mayor distancia

×

Lo que vale cada cliente nuevo

≈ US$36.000

al año: tu pago mensual típico por los meses que dura una relación contigo. Lo típico de tu grupo: ≈ US$36.000.

=

Plata nueva al año **Hasta unos US$72.000 (≈ $71 millones)**

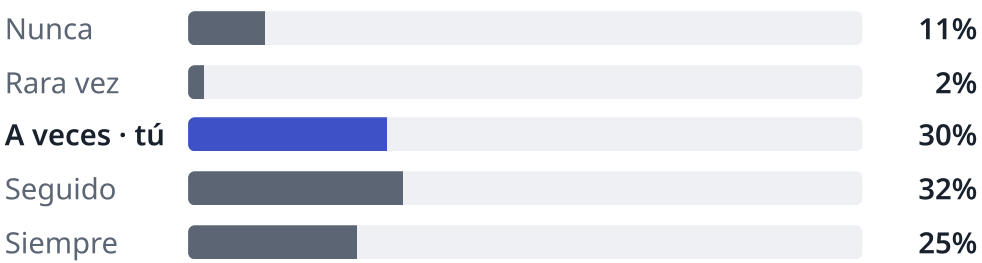
Si igualas a la empresa típica de tu grupo en tu tasa de cierre: unos 2 clientes nuevos más por año con lo demás igual. Es una estimación máxima, no una promesa.

Es una estimación: usa el centro de cada rango que marcaste, no tus cifras exactas. Supone que todas tus conversaciones comerciales son oportunidades reales de venta, así que es lo máximo que podría dar, no lo que va a pasar. Valora cada cliente nuevo por su pago mensual típico × los meses que dura la relación (hasta 12).

TUS REFERENCIAS

A 6 de cada 10 empresas de tu grupo les piden referencias seguido; a ti, a veces

¿TE PIDEN REFERENCIAS ANTES DE CONTRATARTE?



Respondieron 44 empresas de tu grupo. El título cuenta como «seguido» a quienes marcaron «Seguido» o «Siempre»: 57%.

LO QUE MÁS CUESTA CONSEGUIRLAS



Respondieron 44 empresas de tu grupo; podían marcar hasta dos, por eso no suman 100%.

Por eso uno de tus movimientos es publicar un caso: un resultado concreto responde a quien pide referencias sin pedirle el favor a un cliente cada vez.

Lo contestaron las empresas de tu grupo que quisieron responder la parte opcional «Lo que has probado»; en color, lo que marcaste tú.

A DÓNDE PUEDES LLEGAR EN 90 DÍAS

En 90 días puedes pasar de la etapa 3 a la 4

TU ETAPA

HOY

Etapa 3 · Tu empresa tiene rutinas

EN 90 DÍAS

Etapa 4 · Tu equipo conduce el día a día

Lo que separa una de otra: que alguien más lleve los indicadores y las reuniones de seguimiento.

TU META EN DEMANDA

HOY · CONVERSACIONES COMERCIALES NUEVAS EN 90 DÍAS

«1 a 3»

EN 90 DÍAS

«4 a 10»

Un paso en la respuesta que originó tu cuello de botella: alcanzable en un trimestre. Hoy estás igual que el 69% de tu grupo, que es lo más común: la meta te pondría por encima de lo típico.

El destino es una hipótesis para tu próximo trimestre, no una promesa: se alcanza con el plan de la lámina siguiente.

TU PLAN A 90 DÍAS

Tres movimientos en 90 días: empieza por lo que más te frena, que además se nota rápido

SEMANAS 1 A 2 · HACE CRECER

1

Reabre las conversaciones que se enfriaron

Palancas: Procesos · Herramientas e IA

Por qué te lo sugerimos: *En estos meses con pocas conversaciones nuevas, lo más probable es que haya oportunidades que quedaron a medias. Retomarlas cuesta menos que salir a buscar otras.*

Haz una lista de las oportunidades de los últimos seis meses que quedaron sin respuesta. A cada una, envía un mensaje corto con algo nuevo: qué cambió, qué propones y una fecha para hablar.

Sin costo · Efecto: 1 a 3 semanas · Tu tiempo: 3 horas en total

SEMANAS 3 A 6 · ORDENA

2

Que el seguimiento tenga un día y un aviso

Palancas: Procesos · Personas y talento

Por qué te lo sugerimos: *Cuando el seguimiento compite con las entregas, gana la entrega. Un horario fijo lo protege de lo urgente.*

Programa un aviso automático para cada oportunidad abierta y reserva 30 minutos, dos veces por semana, solo para dar seguimiento: ahí revisas lo que los avisos te marcaron y envías los mensajes.

Sin costo · Efecto: 2 a 4 semanas · Tu tiempo: 1 hora por semana

SEMANAS 7 A 12 · HACE CRECER

3

Publica un caso con un resultado concreto

Palancas: Estrategia y oferta

Por qué te lo sugerimos: *Dijiste que pierdes por precio aun dando descuentos. Muchas veces el precio es lo que se dice cuando falta confianza o una razón para elegirte. Un caso con resultado da esa razón.*

Pide permiso a un cliente para contar el problema que tenía y qué hicieron. Si hay un número que mejoró, inclúyelo; si no, una frase del cliente sirve. Úsalo en tus propuestas y en tu perfil de LinkedIn.

Sin costo · Efecto: 1 a 2 meses · Tu tiempo: 3 horas en total

HAZLO CON MENOS ESFUERZO

Apóyate en la IA o en otras personas para hacerlo con menos esfuerzo

SEMANAS 1 A 2

Reabre las conversaciones que se enfriaron

Pasa la lista de oportunidades frías a un asistente de IA y pídele un mensaje corto y personalizado para cada una; tú revisas y envías.

SEMANAS 3 A 6

Que el seguimiento tenga un día y un aviso

Pide a un asistente de IA que cada lunes revise tus conversaciones abiertas y te deje listos los borradores de seguimiento; tú solo apruebas y envías.

SEMANAS 7 A 12

Publica un caso con un resultado concreto

Con su permiso, graba diez minutos de conversación con el cliente y pide a un asistente que la convierta en un caso de una página; tú lo corriges.

Hablamos de «un asistente de IA», «una automatización» o «un aliado» sin nombrar marcas: usa lo que ya conozcas o lo que te recomiende alguien de tu confianza. Antes de pasar datos de clientes a una herramienta de IA, quita lo sensible y revisa su política de privacidad; pide permiso para grabar una reunión.

Un puente de 90 días entre tu foto de hoy y la que quieres.

HOY

Etapa 3 · Tu empresa tiene rutinas

Conversaciones comerciales nuevas en 90 días: «1 a 3»



EN 90 DÍAS

Etapa 4 · Tu equipo conduce el día a día

Conversaciones comerciales nuevas en 90 días: «4 a 10»

SEMANAS 1 A 2

Reabre las conversaciones que se enfriaron

Sin costo · 3 horas en total

El día 14 mira: Respuestas y reuniones que salieron de esa lista

SEMANAS 3 A 6

Que el seguimiento tenga un día y un aviso

Sin costo · 1 hora por semana

El día 42 mira: Oportunidades que se enfrían por mes

Hoy: Oportunidades que se enfriaron en 6 meses: «3 a 5». Igual que el 48% de tu grupo.

SEMANAS 7 A 12

Publica un caso con un resultado concreto

Sin costo · 3 horas en total

El día 90 mira: Propuestas en las que mostraste el caso, y cuántas avanzaron

Qué no hacer todavía: No bajes precios para llenar el equipo: llenarlo con trabajo mal pagado cuesta más de lo que parece.

PARA TU REUNIÓN

Tres preguntas para conversar, y un compromiso para firmar

1. ¿Qué parte de «te faltan oportunidades y te sobra capacidad» reconocemos en nuestro día a día?
2. ¿Quién se hace cargo de «reabre las conversaciones que se enfriaron», y qué número miraremos en 30 días?
3. ¿Qué dejaríamos de hacer para tener tiempo de probarlo?

Mi compromiso

Elijo este movimiento: _____

La empiezo el: _____

El número que miraré: _____

Dijiste que probarías: casos de éxito o testimonios publicados; subir precios o cambiar cómo cobro.

Más empresas, comparaciones más precisas. Si conoces a otros dueños o socios de empresas de servicios, invítalos: cada respuesta mejora la foto de todos.

Escanéalo para invitar a otra empresa.

Hasta aquí es lo esencial. Lo que sigue es opcional, para profundizar.

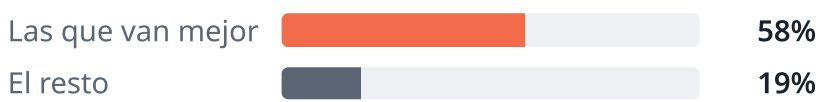
QUÉ HACEN DISTINTO LAS QUE VAN MEJOR

Tres prácticas separan a las que van mejor; tú no haces ninguna

Porcentaje de empresas que hace cada cosa. Para tu reunión: suma una de las que aún no haces, después de tu plan.

Lleva un registro de tres o más de sus indicadores (KPIs)

Tú: no lo haces



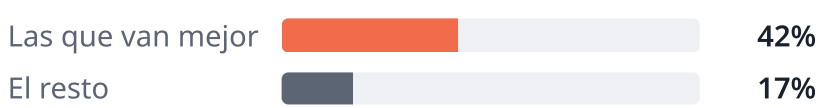
Tiene definido su cliente ideal

Tú: no lo haces



Ha rechazado clientes que no calzaban con lo que hace mejor

Tú: no lo haces



Compara a 24 empresas con mejores resultados (crecimiento, cartera, cierre) con las otras 47. Es una asociación en este estudio, no una causa: tómala como una pista para probar.

Tu nicho se ve equilibrado, según las empresas que respondieron

Marketing y comunicaciones

83 empresas (63% de las que respondieron) trabajan en este nicho.

Equilibrado: ni sobra ni falta trabajo de forma marcada.



Comercio y retail

32 empresas (24% de las que respondieron) trabajan en este nicho.

Equilibrado: ni sobra ni falta trabajo de forma marcada.



Es la visión de las empresas de servicios que respondieron, no la de sus clientes, y no es una recomendación para entrar o salir de un nicho.

FOTO DEL GRUPO

Coincides con tu grupo en 9 de 27 preguntas, y te distingues en 3.

DÓNDE COINCIDES

72%

de las empresas respondió como tú (puede estar entre 61% y 81%)

«Referidos de clientes actuales o pasados»

¿Cuál de estas es la principal fuente de clientes nuevos de tu empresa?

69%

de las empresas respondió como tú (puede estar entre 58% y 79%)

«1 a 3»

En los últimos 90 días, ¿cuántas conversaciones comerciales nuevas tuvo tu empresa con potenciales clientes?

DÓNDE TE DISTINGUES

10%

de las empresas respondió como tú (puede estar entre 5% y 19%)

«Lo hacemos casi siempre igual, pero no está escrita»

¿Qué tan definida está la forma de vender de tu empresa?

13%

de las empresas respondió como tú (puede estar entre 7% y 22%)

«6 a 10 años»

¿Cuántos años tiene tu empresa?

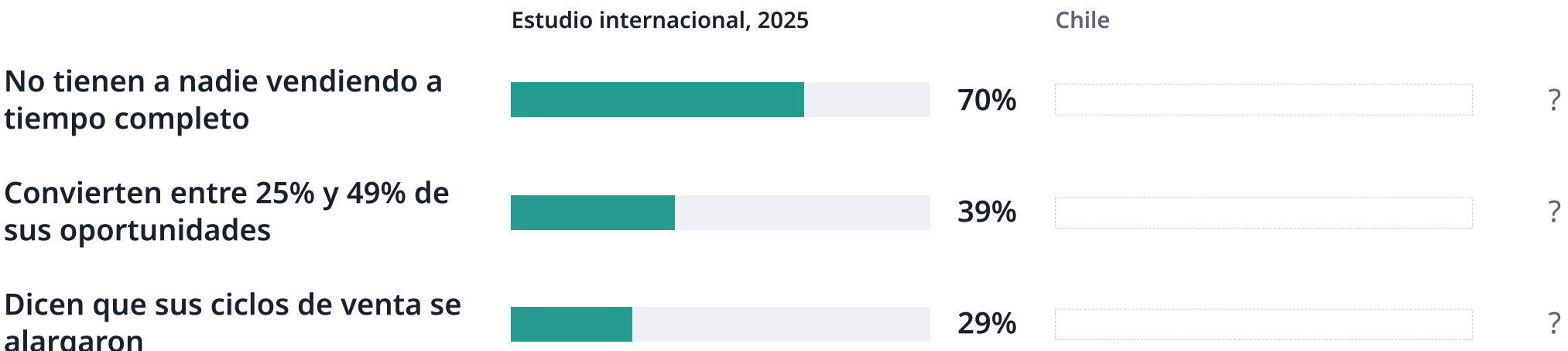
«Coincides»: 35% o más respondió como tú. «Te distingues»: 15% o menos. No es bueno ni malo. Se muestran las 2 más marcadas.

Te comparamos con 71 empresas de 6 a 10 personas, en marketing y comunicaciones

- Con 71 respuestas, la base alcanza para comparar con bastante seguridad.
- Es un estudio nuevo, con lo que cada empresa declaró: todavía no representa a todas las empresas del país. Tu diagnóstico se calcula con reglas fijas, no con inteligencia artificial: tus mismas respuestas dan siempre el mismo resultado. Los movimientos son hipótesis para probar, no promesas.

Metodología completa

Así se ve el mundo. Falta la columna de Chile.



Tu respuesta llena esa columna. El informe del mercado sale la semana del 8 de marzo de 2027.

Fuente: SparkToro, State of Digital Agencies 2025.

Esta fue la foto de una empresa de ejemplo. Falta la tuya.

Gratis, anónima y rápida. Tu informe se abre al terminar, y cada año hay una foto nueva del mercado.

Responde aquí

En el PDF, escanéalo para responder.

Las cifras de este ejemplo son ilustrativas. Las de tu informe salen de tus respuestas.