

# Como poner ROI al SEO

Diferentes formas para calcular cuánto dinero puede venirnos del SEO

**Javier Bermúdez**



# Hola soy, **Javier Bermúdez**

**AI & Organic Engine Manager** de Barceló Hotel Group



*Si el SEO no impacta en la cuenta de resultados de la empresa, no lo llames SEO.*

# ¿Qué es el ROI?

Una **métrica financiera** que evalúa el rendimiento económico de una inversión en relación con su coste.

Sus **dos principales variables** son los ingresos y la inversión.

**Su fórmula es:**  
$$\frac{[(\text{Ingresos} - \text{Inversión}) / \text{Inversión}] * 100$$



RO  
I

Una **métrica financiera** que evalúa el rendimiento económico de una inversión en relación con su coste.

Sus **dos principales variables** son los ingresos y la inversión.

Su fórmula es:

$$\left( \frac{\text{Ingresos} - \text{Inversión}}{\text{Inversión}} \right) * 100$$



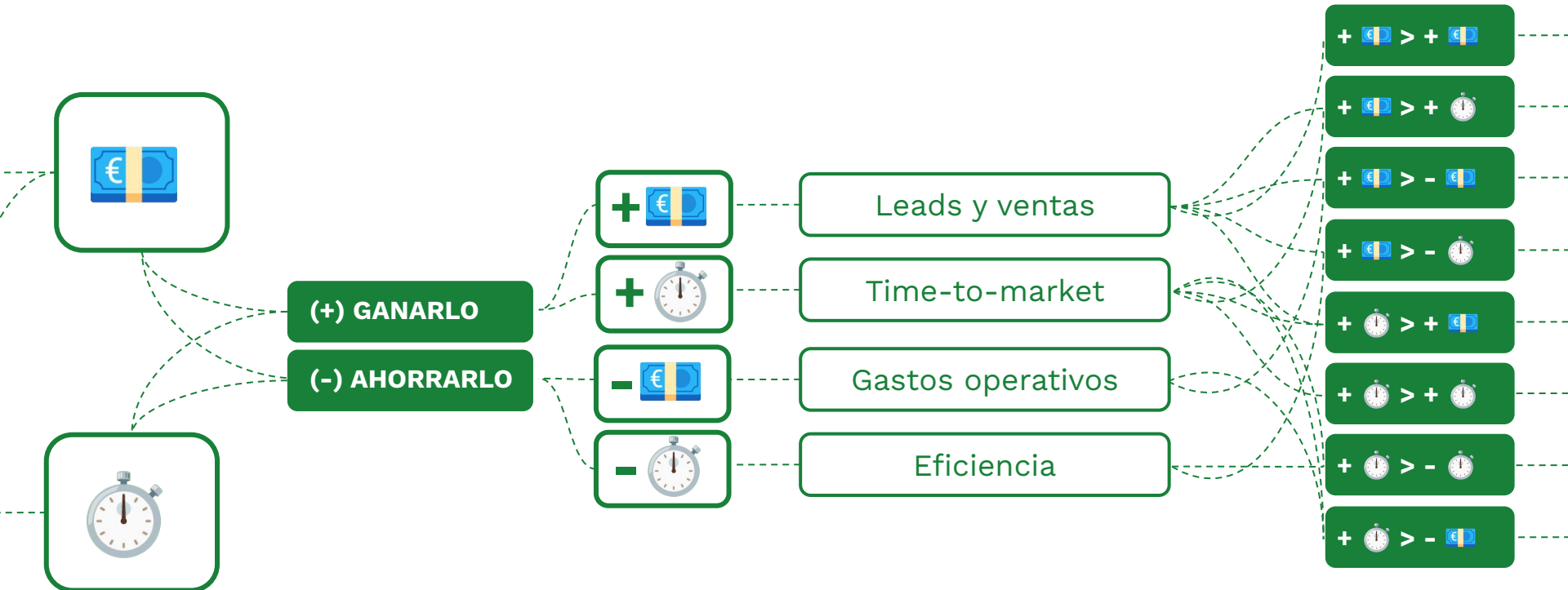
$$\left( \frac{\text{Dinero} - \text{Dinero}}{\text{Dinero}} \right) * 100$$



$$\left( \frac{\text{Dinero} - \text{Tiempo}}{\text{Tiempo}} \right) * 100$$



$$\left( \frac{\text{Tiempo} - \text{Dinero}}{\text{Dinero}} \right) * 100$$



# 1. Invertir para ganar

## Edge SEO para saltarse la cola de IT.

Pagar una solución de Edge (ej. Sloth, Cloudflare Workers) para hacer cambios de cara a los picos de venta (Black Friday o Verano), en lugar de esperar a que los desarrolladores lo suban a producción.

- **Revenue Incremental** = [impresiones \* (CTR nuevo - CTR viejo)] \* CR \* cesta Media
- **ROI** = (revenue Incremental - coste Edge SEO) / coste Edge SEO \* 100

El coste del departamento de IT bloqueando implementaciones SEO se mide en coste de oportunidad perdida. Pagar por tecnología Edge no es un gasto de infraestructura, es un coste directo de adquisición de clientes (CAC).

Si esperar a IT te hace perder la temporada alta de reservas, IT te está costando millones.

# 1. Invertir para ganar

- Impresiones estimadas: 5.000.000
- CTR Viejo: 2,5%
- CTR Nuevo: 4,0%
- CR: 1,2%
- Cesta Media: 1.800€
- Coste Edge SEO: 15.000€

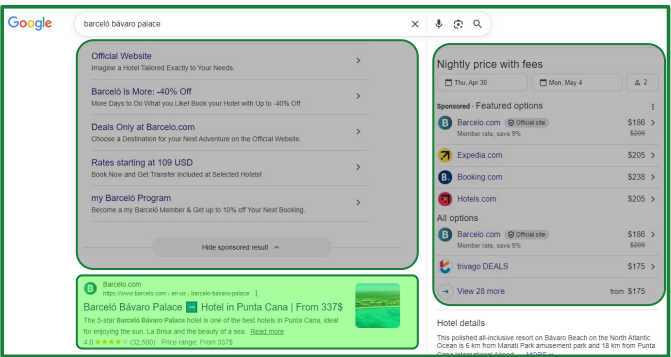
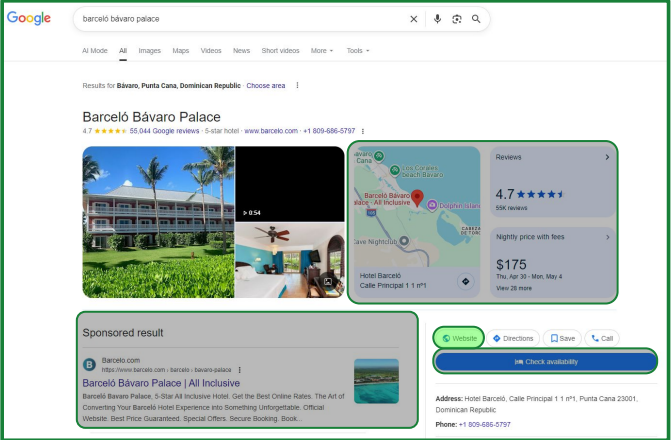
**Revenue Incremental** =  $[5M * (4\% - 2,5\%)] * 1,2\% * 1.800€ = 1.620.000 €$

**ROI** =  $(1.620.000€ - 15.000€) / 15.000€ * 100 = 10.700 \%$

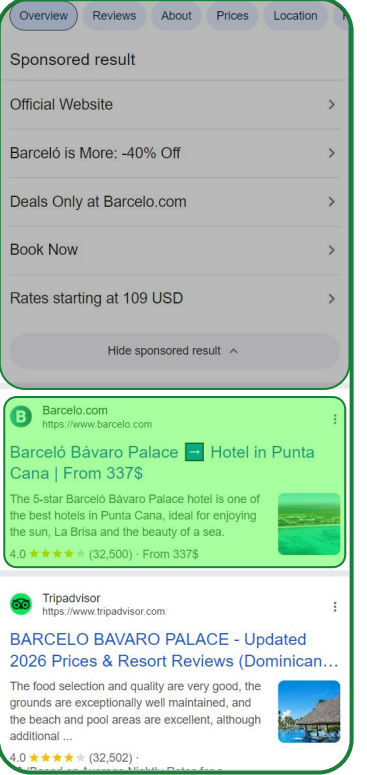
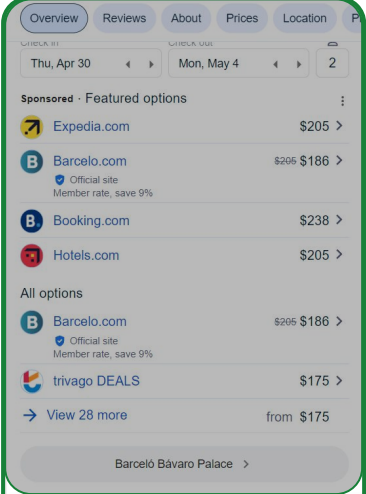
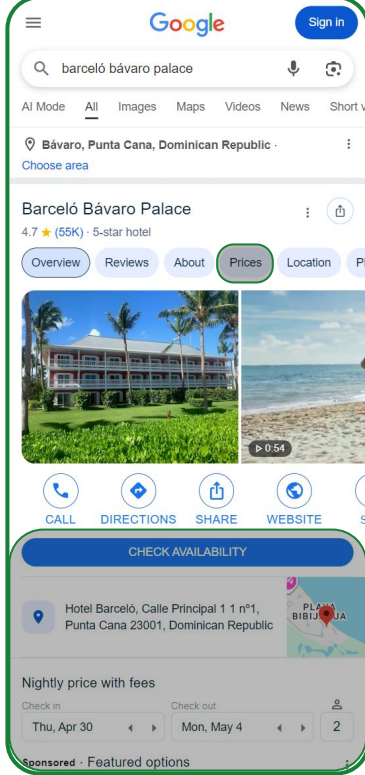
Por cada euro invertido en la herramienta, la empresa ha ingresado 107€ extra. Aceptar el 'no hay presupuesto para SEO Edge' no es ahorrar 15.000€, es perder 1,6 millones de euros de facturación directa.

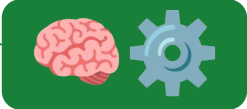
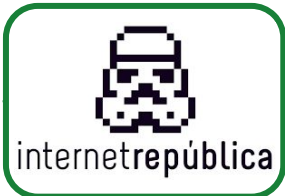
*¿Y cómo estimas las  
impresiones, clics y CTR?*

Scroll en Escritorio



Scroll en Móvil





Nº de bloques

Posición en bloque

Profundidad pixel

Above/Below Fold

SEM

**Posición real**

Consulta	Bloque	Nº de bloque	Posición	Posición real	Desviación	Scroll (px)	Fold	URL	Title / Encabezado
santa catalina a royal hideaw...	organic_results	4	1	4.6	3,60	963	2	<a href="https://www.barcelo...">https://www.barcelo...</a>	Santa Catalina, a Ro...
royal hideaway sancti petri	organic_results	5	1	5.13	4,13	963	2	<a href="https://www.barcelo...">https://www.barcelo...</a>	Royal Hideaway San...
royal hideaway corales suites	organic_results	2	1	1.41	0,41	107	1	<a href="https://www.barcelo...">https://www.barcelo...</a>	Hotel Royal Hideawa...
royal hideaway corales beach	organic_results	2	1	1.38	0,38	107	1	<a href="https://www.barcelo...">https://www.barcelo...</a>	Hotel Royal Hideawa...

## 2. Invertir para ganar

### Uso de la IA para acelerar el time to market

Traducción y localización de miles de URLs para alcanzar nuevos mercados y usuarios usando APIs Enterprise (DeepL + OpenAI) conectadas a tu CMS, con una capa final de validación humana.

- **Time-to-Market** = (URLs / capacidad traducción manual mes) - (URLs / capacidad traducción IA mes)
- **Revenue Adelantado** = usuarios proyectados mes \* meses ahorrados \* CR \* cesta media
- **ROI** = (revenue adelantado - coste API) / coste API \* 100

Ganar tiempo en una gran empresas no es irse antes a casa; es el Time-to-Market. Pagas por la API para comprar cuota de mercado temprana.

**Indexar URLs antes que la competencia te da el monopolio temporal de las SERPs.**

## 2. Invertir para **ganar**

- URLs: 50.000 URLs
- Traducción manual: 5.000 URLs al mes
- Traducción IA + Validación: 25.000 URLs al mes
- Tráfico SEO proyectado: 30.000 usuarios al mes
- CR: 0,8%
- Cesta media: 1.800
- Coste de la infraestructura: 20.000€

**Time-to-Market** =  $(50.000 / 5.000) - (50.000 / 25.000) = 8$  meses de ventaja

**Revenue adelantado** =  $30.000 * 8 * 0,8\% * 1.800€ = 3.456.000 €$

**ROI** =  $(3.456.000€ - 20.000€) / 20.000€ * 100 = 17.180 \%$

Por cada euro invertido en la API de traducción la empresa ha ingresado 171,80€ que de otra forma habrían llegado casi un año tarde, o se los habría llevado la competencia. No hemos pagado por una API, hemos pagado para comprar cuota de mercado temprana.

# 3. Invertir para ahorrar

## Analizar los logs para reducir costes en infraestructura

Contratar Botify o Oncrawl (SaaS de +30.000€/año) para analizar los *Logs* del servidor y matar URLs trampa (navigaciones facetadas infinitas) y bloquear bots maliciosos.

- **Ahorro Infraestructura** = (peticiones bots / 100.000) \* coste servidor petición \* 12 meses
- **ROI Operativo** = (ahorro Infraestructura - coste SaaS) / coste SaaS

Al bloquear millones de peticiones inútiles de bots, bajas la factura de los servidores (AWS/Google Cloud). De esta forma el SEO paga su propio software salvando presupuesto de IT.

**El SEO puede ser rentable con cero tráfico extra.**

### 3. Invertir para ahorrar

- Peticiones Bot Inútiles : 450.000.000 al mes
- Coste AWS por cada 100.000 peticiones: 2,50€
- Meses: 12 (Anualizado)
- Coste del SaaS SEO: 35.000€ anuales
- Tráfico SEO ganado: 0 visitas.

**Ahorro Infraestructura** =  $(450M / 100K) * 2,50€ * 12 \text{ meses} = 135.000 \text{ € anuales}$

**ROI** =  $(135.000€ - 35.000€) / 35.000€ * 100 = 285 \%$

Por cada euro gasto en el software SEO, la empresa recupera 2,85€ limpios en la factura de Sistemas. SEO va a pagar su propio software salvando el presupuesto de IT.

## 4. Invertir para ahorrar

### Invertir en software para escalar sin engordar la nómina

Consiste en pagar por herramientas de automatización para reducir a cero las horas que el equipo dedica a tareas operativas masivas. Es invertir presupuesto económico a corto plazo para liberar la agenda de tu talento interno a medio y largo plazo.

- **Ahorro de tiempo** (euros) = (horas manuales mes \* 12 meses) \* coste hora Senior
- **ROI** = (ahorro de tiempo - coste anual de licencia) / coste anual de licencia \* 100

El talento humano es el recurso más caro y difícil de retener de una empresa. **Invertir dinero en herramientas permite escalar el SEO sin tener que contratar más equipo.**

¡OJO CUIDAO! Si invertimos DINERO (pagando un SaaS de 15.000€), protegemos el tiempo de nuestro equipo técnico desde el minuto uno y le pasamos el riesgo de mantenimiento al proveedor, pero asumimos un gasto fijo recurrente en la cuenta de resultados.

## 4. Invertir para ahorrar

- Horas manuales invertidas al mes: 80 horas.
- Coste por hora del perfil Senior: 60€
- Coste anual de la licencia SaaS: 15.000€

**Ahorro de tiempo anual** =  $(80 * 12) * 60€ = 57.600 €$

**ROI** =  $(57.600€ - 15.000€) / 15.000€ * 100 = 284%$

Por cada euro de presupuesto invertido en pagar esta herramienta, la empresa recupera su dinero y ahorra 2,84€ limpios en nóminas que antes se malgastaban en tareas mecánicas.

Hemos devuelto 960 horas anuales al equipo, por lo que el verdadero valor aquí no es solo el ROI, es la contención del gasto. Hemos duplicado la capacidad de análisis de la empresa absorbiendo nuevos mercados, y lo hemos hecho sin abrir ni un solo proceso de selección nuevo.

# 5. Invertir para ganar

## Hacer CRO para ganar más con los mismos usuarios

Trabajar el CRO para aumentar el CR en páginas con alto tráfico SEO pero baja conversión. Invertir tiempo en alinear el Search Intent real con el contenido el Above the Fold y el flujo de reserva en landings top para luego hacer Test A/B para validar la hipótesis con un flujo de usuarios constante.

- **Revenue extra** = usuarios actuales \* (CR nuevo - CR viejo) \* cesta media
- **ROI** = (revenue extra - inversión de tiempo) / inversión de tiempo \* 100

Conseguir usuarios nuevos para ciertas búsquedas te puede costar tiempo, meses de linkbuilding y contenido. Subir la conversión en el tráfico que ya tienes mediante UX/UI requiere sólo unas semanas de diseño y tests A/B.

**El ROI del tiempo invertido en CRO para SEO es imbatible.**

## 5. Invertir para ganar

- Tráfico SEO Restante (11 meses tras el Test A/B): 330.000 usuarios (30.000/mes x 11).
- CR Viejo: 0,8%
- CR Nuevo: 1,1%
- Cesta Media: 1.800€
- Inversión de Tiempo: 160 horas internas (CRO + Diseño + IT) x 75€/hora = 12.000€

**Revenue Extra** =  $330.000 * (0,8\% - 0,8\%) * 1.800€ = 1.782.000 €$

**ROI** =  $(1.782.000€ - 12.000€) / 12.000€ * 100 = 14.750 \%$

Por cada euro de sueldo invertido en horas del equipo la empresa ha generado 147,50€ con un tráfico constante, sin visitas nuevas. Los SEOs tenemos que dejar de obsesionarnos con adquirir tráfico por pura vanidad y tratar de convertir lo que ya tenemos.

# 6. Invertir para ganar

## Invertir en formación para ser más ágiles

Consiste en construir sistemas hoy que te permitan ejecutar tareas futuras mucho más rápido. Formar equipos, preparar herramientas y diseñar flujos con el objetivo de preparar el terreno para que el próximo gran proyecto de la empresa salga al mercado volando.

- **Revenue adelantado** = usuarios proyectados mes \* meses ganados \* CR \* cesta media
- **ROI** = (revenue adelantado - inversión de tiempo) / inversión de tiempo \* 100

A los SEOs nos encanta jugar a ser los bomberos. Nos encanta hacer auditorías post-lanzamiento de 150 páginas en PDF, encontrar todos los fallos que ha cometido IT y colgarnos la medalla cuando, tras 4 meses de pelearnos con desarrollo, el tráfico empieza a subir.

**Invertir en estandarizar y educar al ecosistema genera millones a futuro**

## 6. Invertir para ganar

- Tráfico SEO proyectado: 50.000 usuarios al mes.
- Time-to-Market ganado: 4 meses.
- CR: 1%
- Cesta media: 1.500€
- Inversión de Tiempo: 200 horas internas x 60€/hora = 12.000€

**Revenue adelantado** =  $50.000 * 4 * 1\% * 1.500€ = 3.000.000 €$

**ROI** =  $(3.000.000€ - 12.000€) / 12.000€ * 100 = 24.900\%$

Por cada euro en nómina invertido en educar a equipos y documentar procesos hoy, la empresa ingresa 249€ extra en el futuro lanzamiento al no perder la ventana de captación. La verdadera madurez de un equipo SEO en un gran proyecto no es apagar fuegos, es construir edificios ignífugos.

# 7. Invertir para ahorrar

## Invertir en automatización para ser más eficientes

Consiste en reducir las horas necesarias para hacer tareas recurrentes a corto plazo para ahorrar horas a medio-largo plazo. Desarrollar scripts en Python, conectar APIs y montar dashboards en Looker Studio.

- **Ahorro anual** = (horas manuales mes - horas mantenimiento mes) \* 12 meses \* coste hora
- **ROI** = (ahorro anual - inversión de tiempo) / inversión de tiempo \* 100

A menudo, se asume que la eficiencia operativa consiste en apretar más al equipo. **Hacer las cosas más rápido no siempre es eficiencia, es desgaste.**

¡OJO-CUIDAO! Si invertimos TIEMPO (desarrollando un script propio), ahorramos caja, pero hipotecamos a nuestro equipo técnico durante un mes y asumimos la deuda técnica de mantener ese código de por vida.

# 7. Invertir para ahorrar

- Horas manuales invertidas al mes: 30 horas.
- Horas de mantenimiento de la automatización: 2 horas al mes.
- Coste por hora del perfil Senior: 60€
- Inversión de Tiempo (desarrollo): 120 horas x 70€/hora = 8.400€

**Ahorro anual** =  $(30 - 2) * 12 * 60€ = 20.160 €$

**ROI** =  $(20.160€ - 8.400€) / 8.400€ * 100 = 140%$

Por cada euro invertido en horas de desarrollo técnico para automatizar este proceso, **la empresa recupera la inversión y genera 1,40€ extra en ahorro limpio durante el primer año y más de 40.000€ en ahorro en el segundo año.** Pero el verdadero valor de eficiencia no está en el dinero: hemos liberado 336 horas anuales del cerebro de nuestros mejores SEOs.

# 8. Invertir para ahorrar

## Mejorar el contenido para ahorrar en atención al cliente

Mapear keywords de soporte para evitar que el usuario llame por teléfono y trabajar el contenido de la web (redactando FAQs, generando guías de uso y visibilizando puntos críticos de información) para resolver las dudas del usuario en las SERPs o en la propia página.

- **Ahorro operativo** = (volumen de llamadas \* tasa de reducción) \* coste por llamada
- **ROI** = (ahorro operativo - inversión de tiempo) / inversión de tiempo \* 100

Atender dudas básicas por teléfono te obliga a contratar agentes temporales y dispara el gasto en infraestructura. Resolver esas mismas dudas posicionando la información correcta en Google y en la web requiere sólo unas semanas de redacción y maquetación por parte del equipo interno.

**El SEO enfocado en la eficiencia operativa para evitar gastos es directo y masivo.**

## 8. Invertir para ahorrar

- Volumen de llamadas: 150.000 llamadas
- Coste operativo por llamada: 3€
- Tasa de reducción de llamadas: 15%
- Inversión de Tiempo (SEO + Content): 300 horas x 60€/hora = 18.000€

**Ahorro Operativo** =  $150.000 * 15\% * 6€ = 67.500€$

**ROI** =  $(67.500€ - 18.000€) / 18.000€ * 100 = 275 \%$

Por cada euro en horas de sueldo invertido en redactar y posicionar las FAQs, la empresa se ahorra 2,75€. Los SEOs estamos obsesionados con el tráfico transaccional y si una keyword no trae reservas, no le hacemos caso. Y es que el SEO no es solo un canal de captación de clientes; bien enfocado, es la herramienta de eficiencia operativa más barata que tiene una gran empresa.



Seguimos en contacto

[linkedin.com/in/javi-bermu/](https://www.linkedin.com/in/javi-bermu/)