



• ANÁLISIS DE INTELIGENCIA COMERCIAL

Corsa Corp: lo que su presencia digital le está costando en confianza y en clientes.

80 años de trayectoria legal, tres generaciones de experiencia — y una huella digital que hoy no refleja esa autoridad. Este análisis identifica dónde se está perdiendo esa historia y qué hacer al respecto.

📄 Preparado para Corsa Corp, S.A.P.I. de C.V. por GPD Inteligencia Comercial · 30 de septiembre de 2026

📅 Enlace confidencial vigente hasta el **29 de diciembre de 2026**



80

Años de trayectoria del despacho



3

Generaciones al frente de la firma



2

Reseñas públicas en Google, con 3.0 de calificación



1

Página única: todo el sitio en una sola URL

80 años de historia, **contados a medias en línea.**

El problema no es la calidad del despacho. Es que ese respaldo no se percibe al buscarlos, justo donde hoy ocurre la primera evaluación de un cliente corporativo.



1

LO QUE LA FIRMA ES

Una credencial difícil de igualar

Tres generaciones, 80 años de operación y experiencia comprobada en litigio frente al SAT, el IMSS y la CFE, además de juicios de amparo. Es exactamente el tipo de respaldo que un cliente corporativo busca antes de contratar asesoría legal de alto riesgo.

🔗 Trayectoria real y diferenciada



2

LO QUE SE PERCIBE EN LÍNEA

Una huella que no respalda esa historia

Quien investiga a Corsa Corp antes de llamar —hoy el comportamiento estándar en la contratación legal B2B— encuentra una ficha de Google inconsistente, casi sin reseñas, y un sitio de una sola página sin historia, abogados ni casos.

⚠️ Reputación real y visible, desconectadas



LECTURA ESTRATÉGICA

La consultoría que sigue no busca cambiar quiénes son. **Busca que su presencia digital finalmente hable con la misma autoridad que su historia.**

Cuatro hallazgos sobre cómo se percibe Corsa Corp hoy.

Ordenados por lo que cuesta corregirlos frente a lo que están costando ahora mismo.

1

PRIORIDAD MÁS ALTA

Su dirección no coincide entre el sitio web y su ficha de Google

El sitio declara oficinas en Liverpool 17B, Colonia Juárez, Alcaldía Cuauhtémoc. Su ficha de Google Business Profile —el primer resultado al buscar "Corsa Corp" y donde la mayoría de los prospectos valida a un despacho antes de contactarlo— muestra Zamora 43, Colonia Condesa. Para una firma que vende confianza y estabilidad de 80 años, es justo el detalle que un cliente nota al investigarla, y es gratuito de corregir.

2

La prueba social pública no respalda la trayectoria real

La ficha de Google tiene únicamente 2 reseñas, con calificación de 3.0 y al menos una experiencia negativa documentada públicamente. Ochenta años y tres generaciones de clientes satisfechos no están representados en ningún lugar donde un prospecto nuevo pueda verificarlo de forma independiente.

3

Una identidad distintiva que se usa solo a medias

El motivo náutico —timón, faro, barco, la frase "Naveguemos Juntos hacia el Éxito" y el hashtag #EnElMismoBarco— es memorable y poco común en un sector donde casi todos los despachos se ven idénticos. Hoy vive como decoración visual del sitio, pero no se ha convertido en narrativa: no hay historias, casos ni mensajes contruidos alrededor de esa metáfora.

4

La historia generacional y el equipo legal son invisibles

El elemento más vendible —tres generaciones, 80 años— no tiene espacio dedicado en el sitio: sin biografías de abogados, sin línea de tiempo, sin rostros. En servicios legales de alto valor el cliente no solo contrata un despacho, contrata a la persona que va a representarlo.

El contexto del sector legal B2B en México.

Cuatro señales que definen dónde está la oportunidad y dónde el riesgo.



Compliance laboral, una categoría en crecimiento. Las reformas laborales recientes y normas como la NOM-035 han incrementado la demanda de asesoría preventiva — una extensión natural y de alto margen para un despacho que ya litiga en esa área.



Litigio frente a entidades federales, un nicho defendible. La experiencia comprobada defendiendo clientes frente a CFE, SAT e IMSS es un terreno donde pocos despachos pueden mostrar trayectoria real; hoy no se comunica con el peso que merece.



La investigación digital previa ya es el estándar. En la contratación legal B2B, la validación en línea ocurre antes del primer contacto humano. Un despacho que no controla esa narrativa deja que la primera impresión la construyan un formulario de contacto y dos reseñas.



La estructura de una sola página limita el alcance. Un sitio de una página no da presencia individual en buscadores para cada especialidad —laboral, fiscal, mercantil, amparo—, y cada una es en realidad una intención de búsqueda distinta compitiendo por el mismo espacio.

Seis acciones, priorizadas por impacto y esfuerzo.

Las dos primeras no requieren rediseñar nada: son correcciones de datos y de proceso que mueven la percepción de inmediato.

PRIORIDAD	RECOMENDACIÓN	POR QUÉ
ALTA	Unificar la dirección y datos de contacto (NAP) en el sitio, Google Business Profile y redes sociales	Es la inconsistencia más visible y la más fácil de corregir; afecta directamente la confianza y el posicionamiento local en Google
ALTA	Activar un proceso simple de solicitud de reseñas a clientes satisfechos	Con solo 2 reseñas hoy, cada reseña nueva mueve significativamente el promedio y la percepción de un prospecto que investiga antes de llamar
MEDIA	Construir páginas dedicadas por especialidad (laboral, fiscal, mercantil, amparo)	Cada especialidad es una búsqueda distinta; una sola página no puede posicionarse para todas a la vez
MEDIA	Incorporar perfiles de los abogados y la historia generacional de la firma	Convierte los 80 años de trayectoria en el argumento de venta central, en un sector donde se contrata a personas, no solo a marcas
MEDIA-BAJA	Desarrollar la identidad náutica como narrativa de contenido, no solo como estética	Es un diferenciador visual ya construido; falta convertirlo en historias y mensajes que lo hagan memorable
MEDIA-BAJA	Implementar medición del origen de cada contacto entrante	Hoy el único canal es un formulario genérico; sin medición no hay forma de saber qué está generando clientes reales

No hace falta reinventar la firma. **Hace falta que se vea.**

El punto de partida

Corsa Corp no necesita reinventar quién es. Necesita que su presencia digital deje de restarle a una historia de 80 años que ya tiene todo lo que un cliente busca: **trayectoria, especialización y resultados comprobados** frente a las entidades más exigentes del país.



Datos consistentes en
todos los canales



Prueba social a la altura
de la firma



Una página por
especialidad



Rostros, nombres y 80
años visibles



Llevemos esta trayectoria de 80 años al nivel digital que le corresponde.

En GPD trabajamos con datos reales para convertir la reputación que ya construyeron en la que se ve, se encuentra y se elige primero.

 **Hablemos por WhatsApp**

 **Escribir un correo**

 **Ver más de GPD**

 **90 días**

Vigencia de este enlace. Permanecerá disponible en línea hasta el **29 de diciembre de 2026**; después dejará de visualizarse.



Consultoría de cortesía preparada para Corsa Corp · Septiembre 2026

 **proyectos@gpdinteligenciacomercial.com**

 **55 7667 7238**

 **gpdinteligenciacomercial.com**



NOTA Y FUENTES

Documento confidencial preparado por GPD para uso exclusivo de Corsa Corp. Los hallazgos provienen de fuentes públicas —sitio web oficial y Google Business Profile— consultadas al 30 de septiembre de 2026.

Vigencia del enlace: este documento estará disponible en línea 90 días a partir de su entrega y dejará de visualizarse después del 29 de diciembre de 2026.