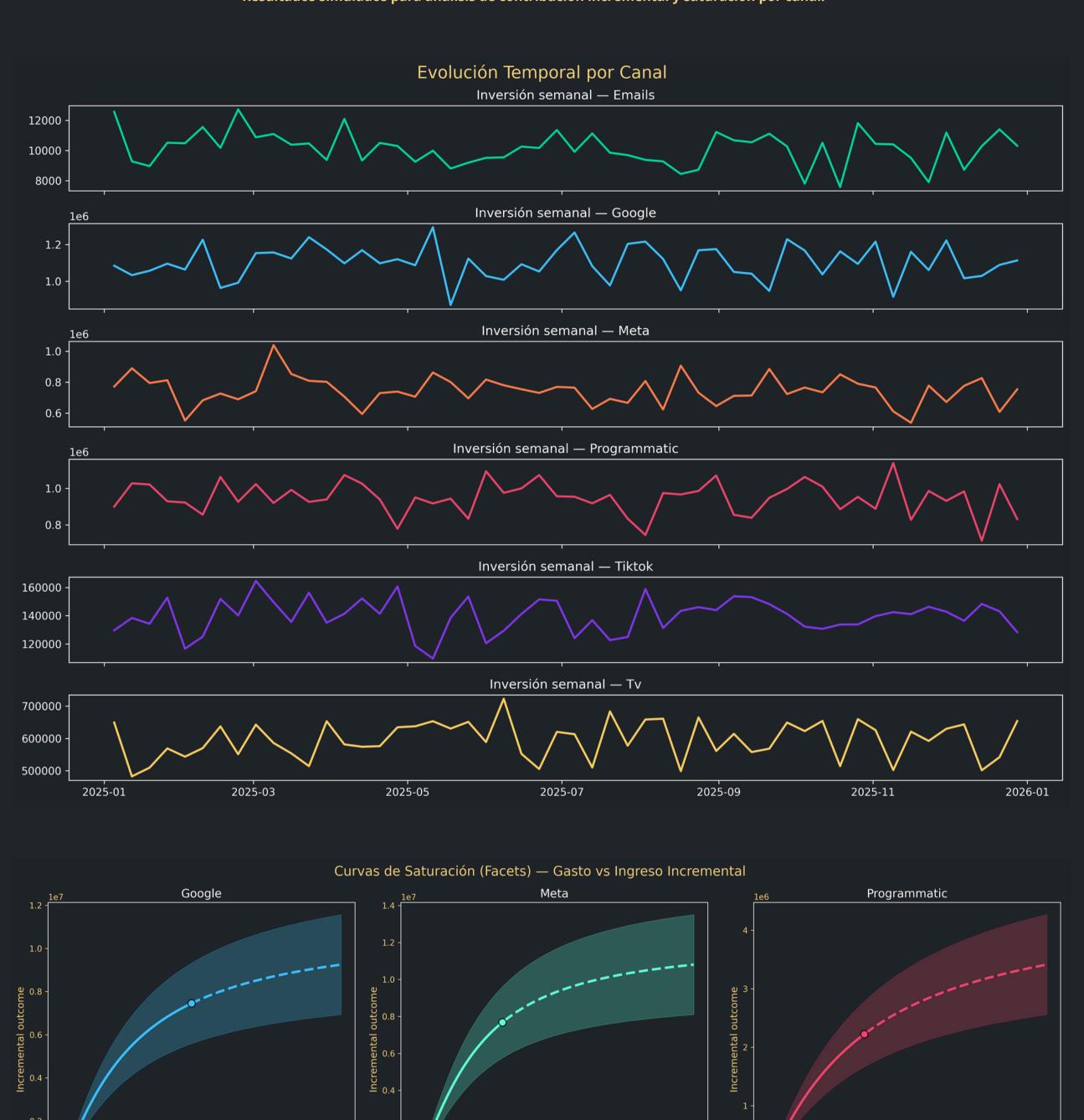
Modelo de Marketing Mix con Inversión Óptima y ROI Bayesian

Resultados simulados para análisis de contribución incremental y saturación por canal.





0.2