

JULY 2025

ANÁLISIS DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DIGITALES

CLIENTE SIMULADO (PROPUESTA INTERNA): BBVA MEXICO

ELABORADO POR: ÁNGEL BALMORI

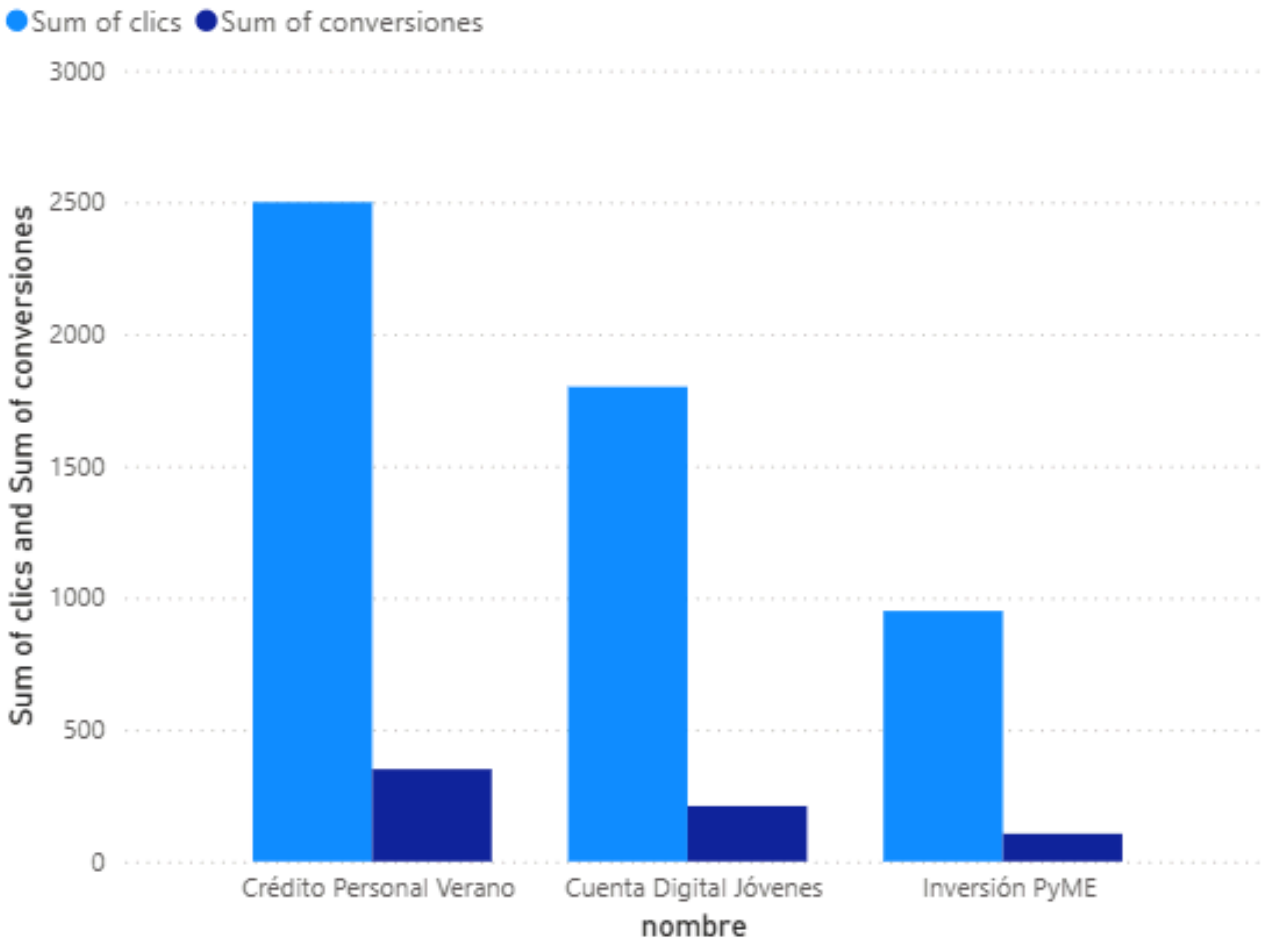
POWER BI | MYSQL | JULIO 2025

Análisis de Resultados Digitales por Campaña

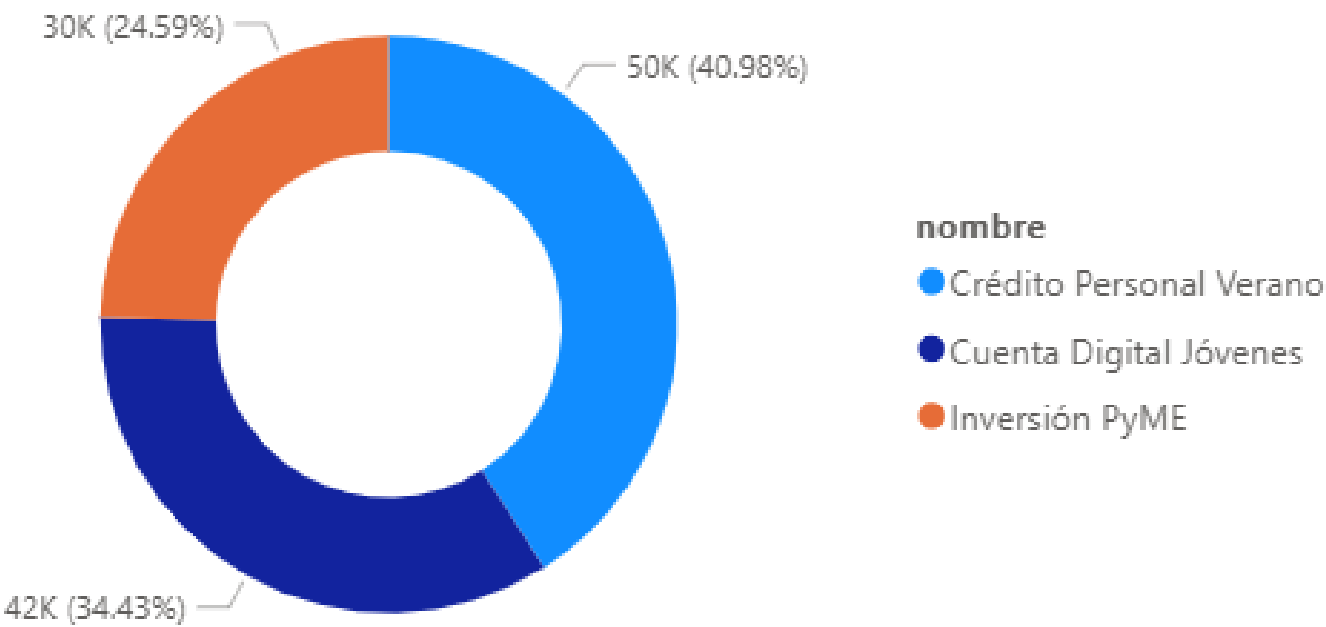
En la gráfica se observa la diferencia entre el volumen de clics y las conversiones generadas por cada campaña. Aunque Crédito Personal Verano fue la que más clics generó, también mostró una eficiencia destacable en conversiones. En contraste, Cuenta Digital Jóvenes tuvo una tasa de conversión más baja pese al alto volumen de clics.

El volumen total de impresiones muestra que la campaña de Crédito Personal Verano tuvo el mayor alcance, seguida por Cuenta Digital Jóvenes e Inversión PyME. Esta métrica ayuda a dimensionar la exposición de cada campaña frente a la audiencia objetivo.

Comparativa entre los clics obtenidos y las conversiones generadas por cada campaña activa.



Volumen total de impresiones generadas por cada campaña durante su periodo activo.



INDICADORES GENERALES DE
EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA

\$29K

Sum of costo_mxn

2.31%

%_Ejecutado

\$1.27M

Sum of presupuesto_mxn

1.24M

Diferencia

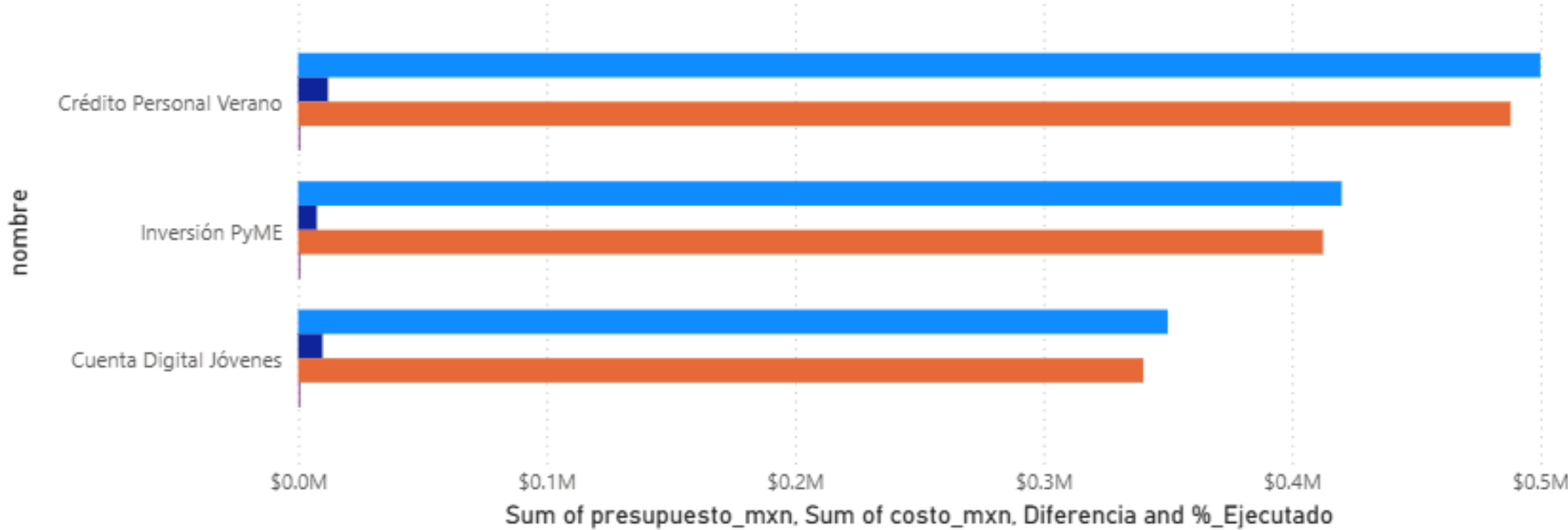
JULY 2025

Presupuesto vs Costo (Vista general)

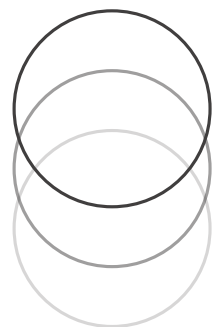
DESVIACIÓN ENTRE PRESUPUESTO Y EJECUCIÓN POR CAMPAÑA

Análisis de ejecución del presupuesto y desviación del gasto

Sum of presupuesto_mxn Sum of costo_mxn Diferencia %_Ejecutado



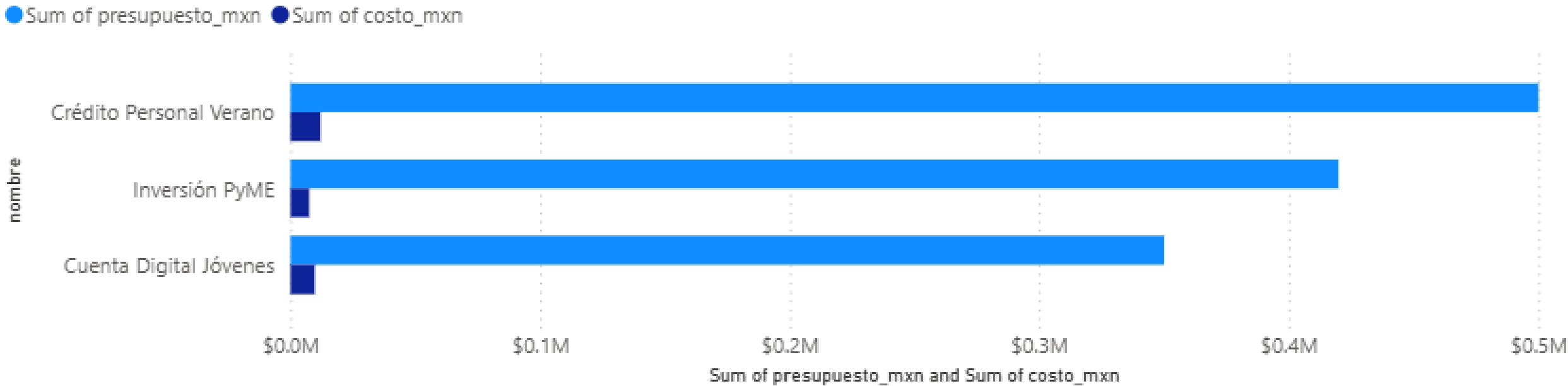
Se observa una diferencia considerable entre el presupuesto asignado y el costo ejecutado. Aunque las campañas contaban con presupuestos amplios, la inversión real fue muy inferior. Esto puede deberse a pausas anticipadas, menor demanda, o una estrategia conservadora de inversión en medios.



Comparativo Inversión vs Gasto

Esta visualización compara la inversión planificada frente al gasto real por campaña. Se aprecia una ejecución considerablemente por debajo del presupuesto en todas las campañas, destacando Cuenta Digital Jóvenes como la menos ejecutada. Esta tendencia sugiere oportunidades de optimización para futuras estrategias, ya sea por reasignación de recursos o ajuste en medios.

Comparativo de inversión planificada vs gasto real por campaña

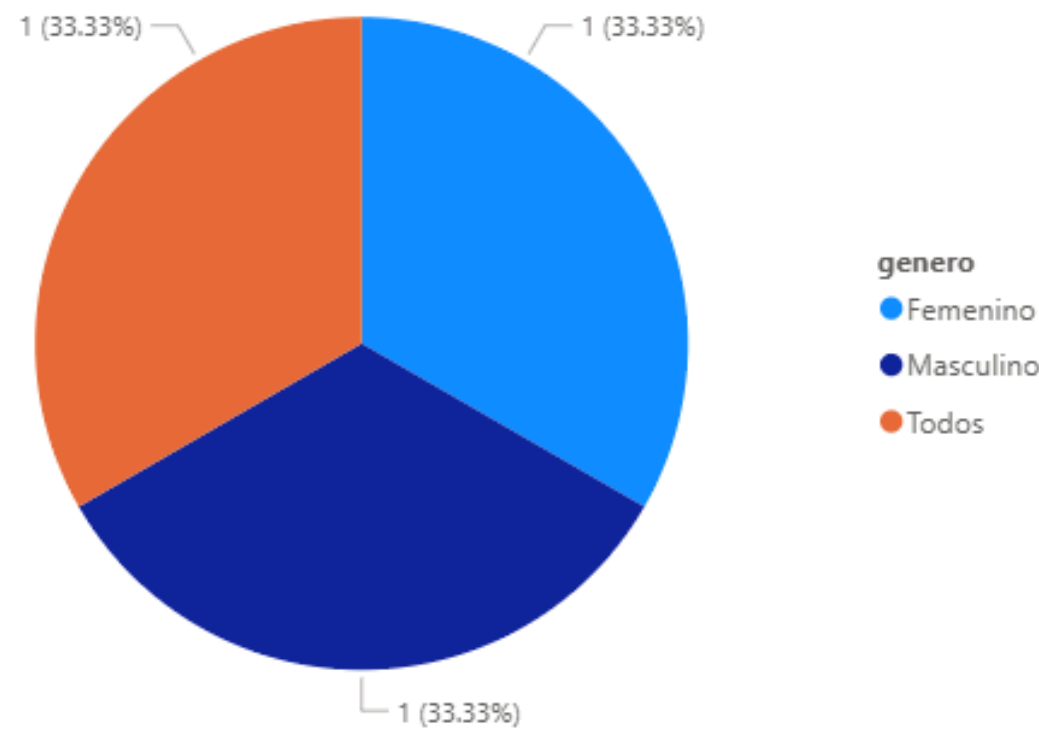


Segmentación Demográfica por Campaña

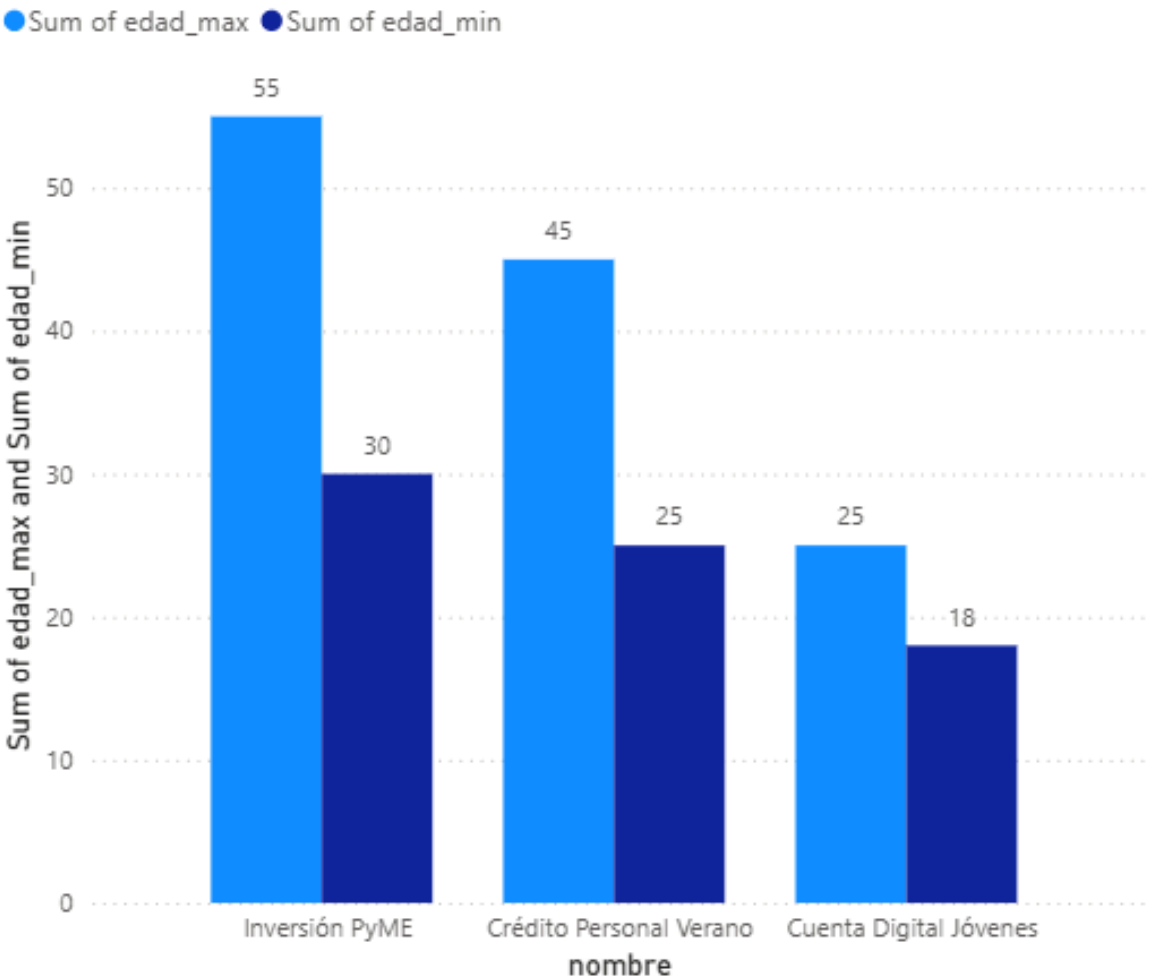
Cada campaña fue diseñada para un público diferente. Crédito Personal Verano tuvo una audiencia general, mientras que Inversión PyME se enfocó en hombres emprendedores y Cuenta Digital Jóvenes en mujeres estudiantes.

El rango de edad objetivo se distribuye entre los 18 y 55 años. Las campañas enfocadas en productos digitales apuntaron a un público más joven (18-25), mientras que productos financieros como Inversión PyME se orientaron a perfiles mayores (hasta 55 años).

Distribución de campañas por género objetivo

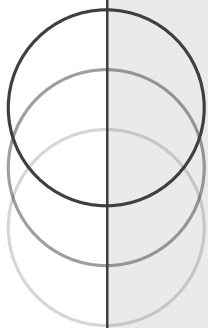


Rango de edad objetivo por campaña



Análisis Demográfico Final y Detalles del Proyecto

JULY 2025



Datos del Proyecto
Autor: Ángel Balmori
Fecha: Julio 2025
Herramientas utilizadas: Power BI, MySQL
Tipo de proyecto: Simulación de análisis para cliente financiero (BBVA México)

Este panel presenta un desglose del perfil demográfico objetivo por campaña, incluyendo segmentación, género, ciudad y rango de edad. La información ayuda a validar la coherencia entre la audiencia meta y los resultados obtenidos.

Resumen demográfico por campaña

nombre	segmento	genero	ciudad	Sum of edad_max	Sum of edad_min
Crédito Personal Verano	Trabajadores activos	Todos	Ciudad de México	45	25
Cuenta Digital Jóvenes	Estudiantes	Femenino	Guadalajara	25	18
Inversión PyME	Emprendedores	Masculino	Monterrey	55	30
Total				125	73