

****Análisis de Resultados: Campaña de Temporada "Verano Protegido"****

****Periodo de la Campaña:** 01 de Junio - 30 de Junio de 2024**

****Autor:** Departamento de Marketing**

****1. Resumen de la Promoción****

La campaña "Verano Protegido" consistió en ofrecer un 25% de descuento en todos los productos de protección solar, repelentes de insectos y antihistamínicos seleccionados. El objetivo era posicionar a Farmapronto como el destino principal para el cuidado de la salud durante la temporada de vacaciones y aumentar las ventas en estas categorías clave. La campaña se difundió a través de material en tienda, email marketing y anuncios en redes sociales.

****2. Resultados Generales de Ventas****

- ****Ingresos de Productos en Promoción:**** Se generaron \$3,500,000 MXN en ventas de los productos participantes, superando la meta de \$3,000,000 en un 16.7%.
- ****Unidades Vendidas:**** Se vendieron un total de 45,000 unidades de los productos en promoción, un 85% más que en el mismo periodo del año anterior.
- ****Venta Cruzada (Cross-Selling):**** El 40% de los tickets que incluyeron un producto en promoción también contenían al menos un artículo de otra categoría (principalmente bebidas hidratantes y material de curación), lo que indica un efecto "halo" exitoso. El valor de esta venta cruzada se estima en \$850,000 MXN adicionales.

****3. Impacto en Tráfico y Clientes****

- ****Tráfico en Tiendas:**** Se registró un aumento promedio del 12% en el tráfico de clientes en las sucursales durante los fines de semana de la campaña, en comparación con los fines de semana de mayo.
- ****Nuevos Clientes:**** 2,800 nuevos clientes se registraron en nuestro programa de lealtad durante el periodo de la campaña, un 30% más que el promedio mensual. Muchos de ellos citaron la promoción como su principal motivo de visita.

****4. Retorno de Inversión (ROI) de la Campaña****

Descripción	Monto (MXN)
***Inversión Total:**	
- Costo de Descuentos Otorgados	-\$875,000
- Pauta en Medios Digitales	-\$150,000
- Material POP en Tiendas	-\$50,000
***Total Invertido**	***-\$1,075,000**
***Retorno:**	
- Ingreso Incremental*	\$1,620,000
- Valor Estimado Venta Cruzada	\$850,000
***Ganancia Bruta de la Campaña**	***\$1,395,000**
***ROI**	***129.7%**

_ *Ingreso incremental calculado sobre la venta base histórica del mismo periodo._

****Análisis:**** El ROI del 129.7% es excepcionalmente bueno, lo que demuestra que la campaña fue altamente rentable. El costo de los descuentos fue compensado con creces por el volumen de ventas y el valor generado por la venta cruzada.

****5. Lecciones Aprendidas y Recomendaciones****

- ****Lección 1:** El enfoque en categorías estacionales es altamente efectivo. ****** Los clientes responden muy bien a descuentos relevantes para sus necesidades inmediatas.

- ****Recomendación:**** Planificar con mayor antelación la próxima campaña de temporada (Invierno/Gripe) y asegurar un inventario robusto desde el inicio.

- ****Lección 2:** Los anuncios geolocalizados en redes sociales fueron el canal con mejor tasa de conversión. ******

- ****Recomendación:**** Aumentar el presupuesto para pauta en redes sociales en un 20% para la próxima campaña y desarrollar creativos en formato de video corto, que tuvieron mejor rendimiento.

- ****Lección 3:** Algunas sucursales agotaron el stock de protectores solares para niños en la segunda semana. ******

- ****Recomendación:**** Utilizar los datos de venta de esta campaña para crear un modelo de pronóstico de demanda más preciso y mejorar la distribución inicial del inventario para futuras promociones.