

Proyecto Andrómeda

MAYO, 2024

-Estrictamente confidencial-

Agenda

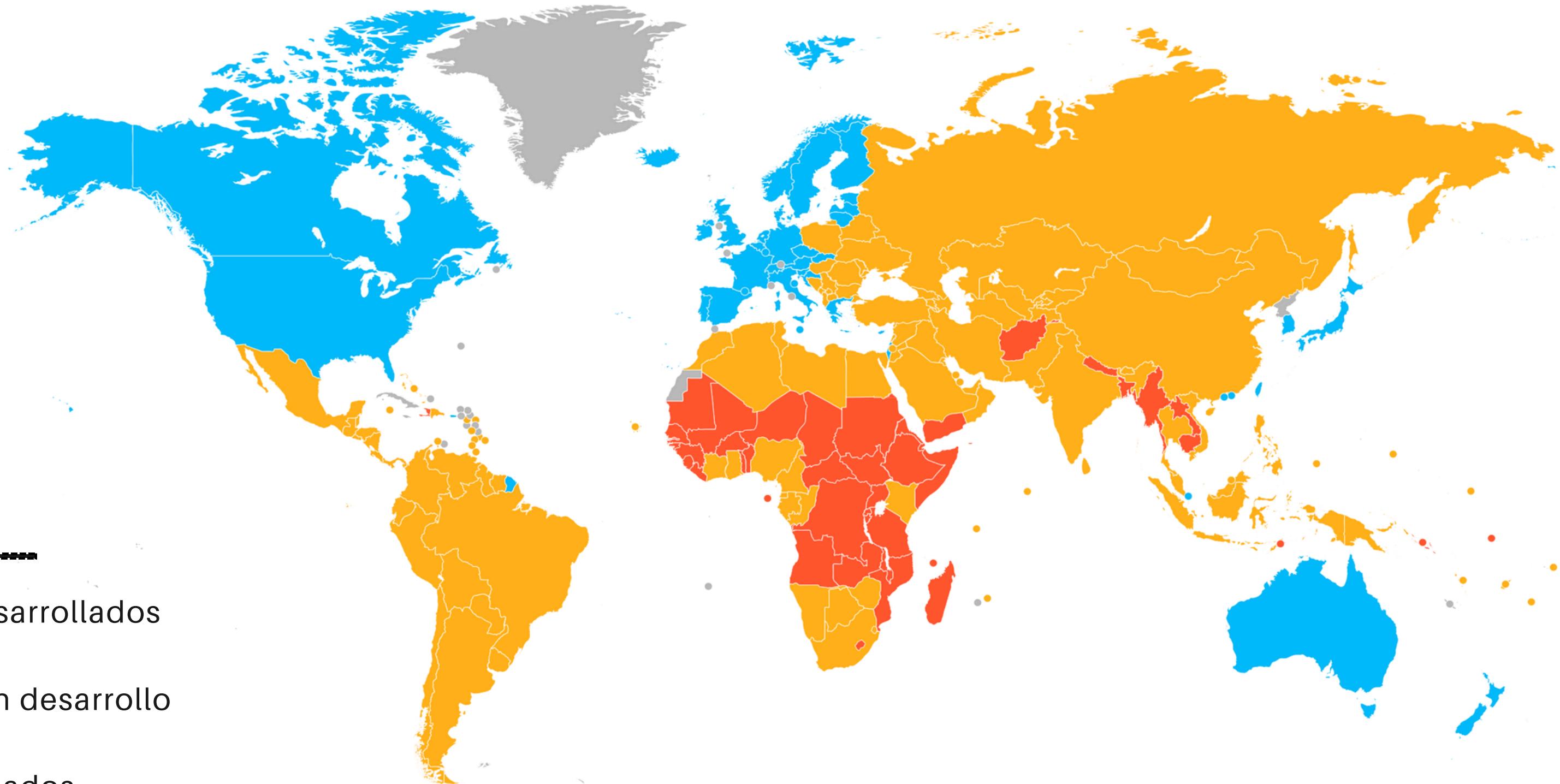
- 1 Contexto
- 2 Análisis Exploratorio de Datos
- 3 Conclusiones y recomendaciones

Contexto

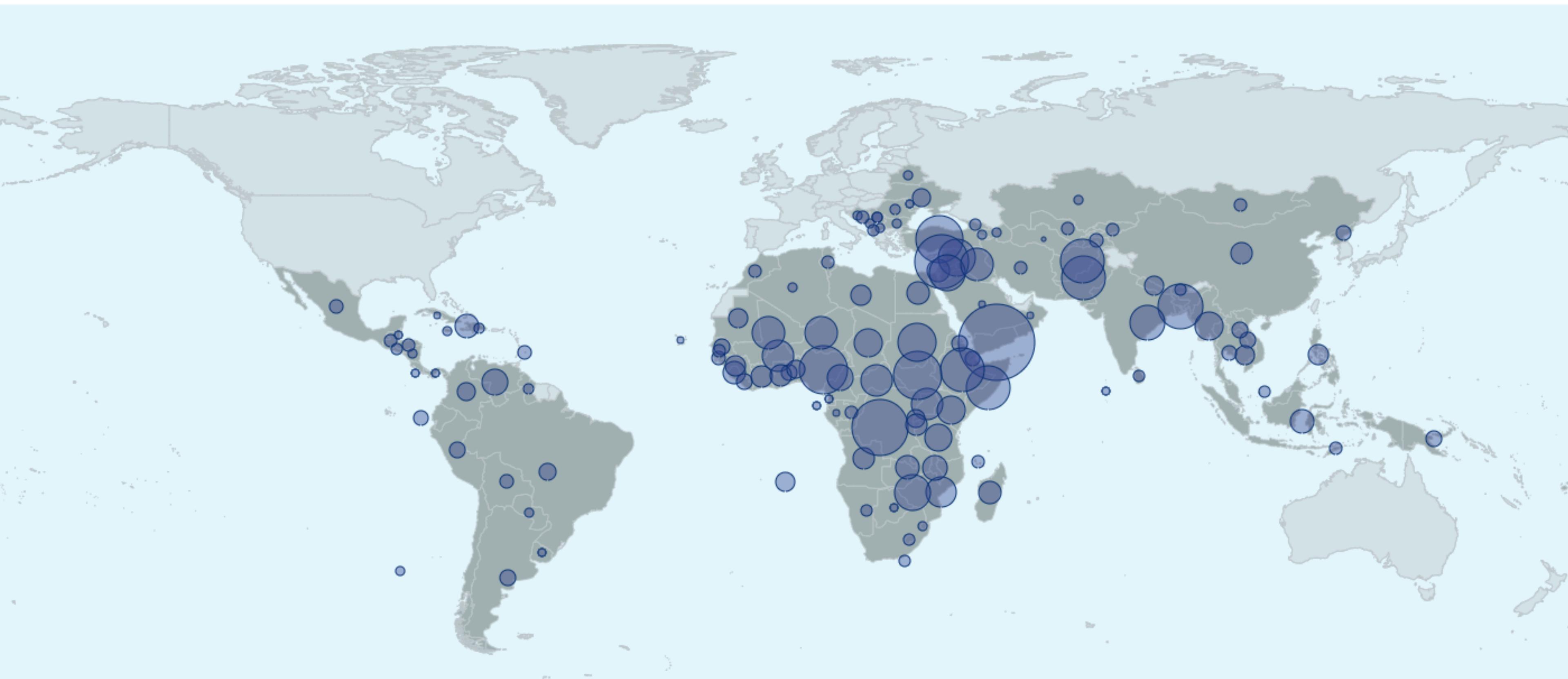
Panorama económico mundial

Fondo Monetario
Internacional:
Perspectiva
económica mundial

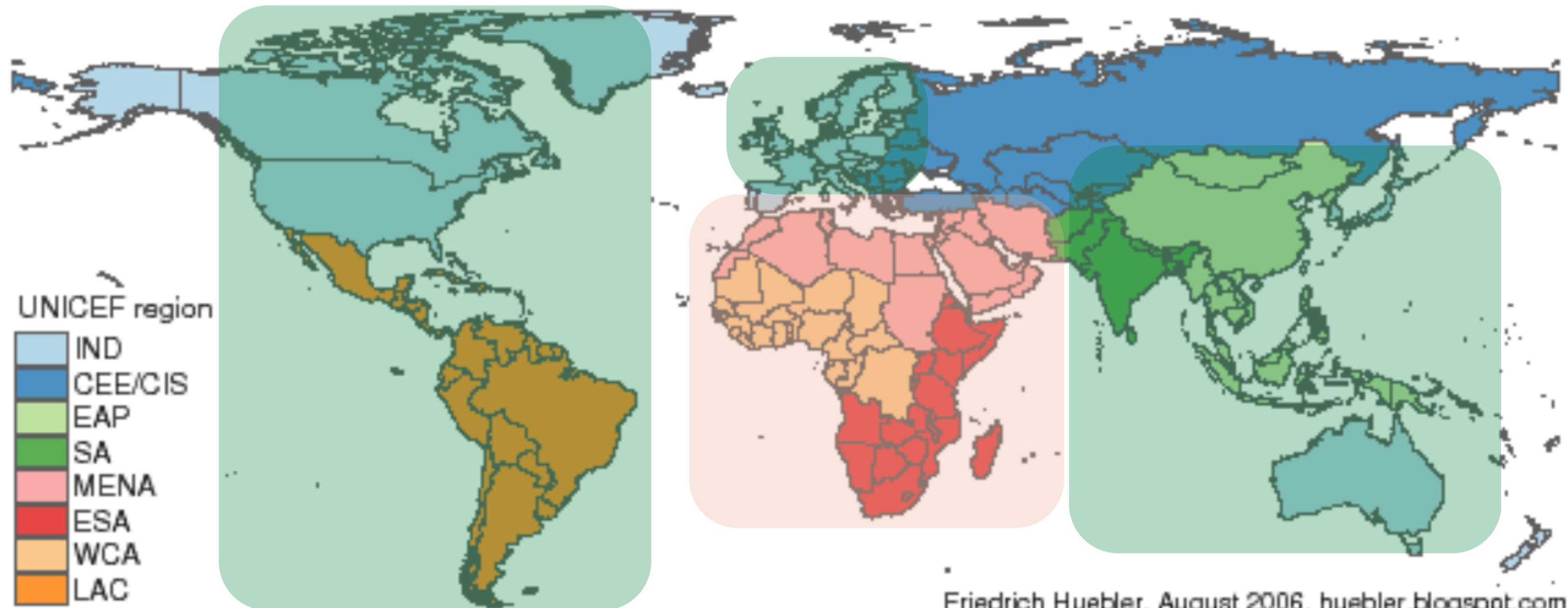
-
- Países avanzados y desarrollados
 - Países emergentes y en desarrollo
 - Países menos desarrollados



Inversión en programas de protección social - Agencias de la ONU (2023)



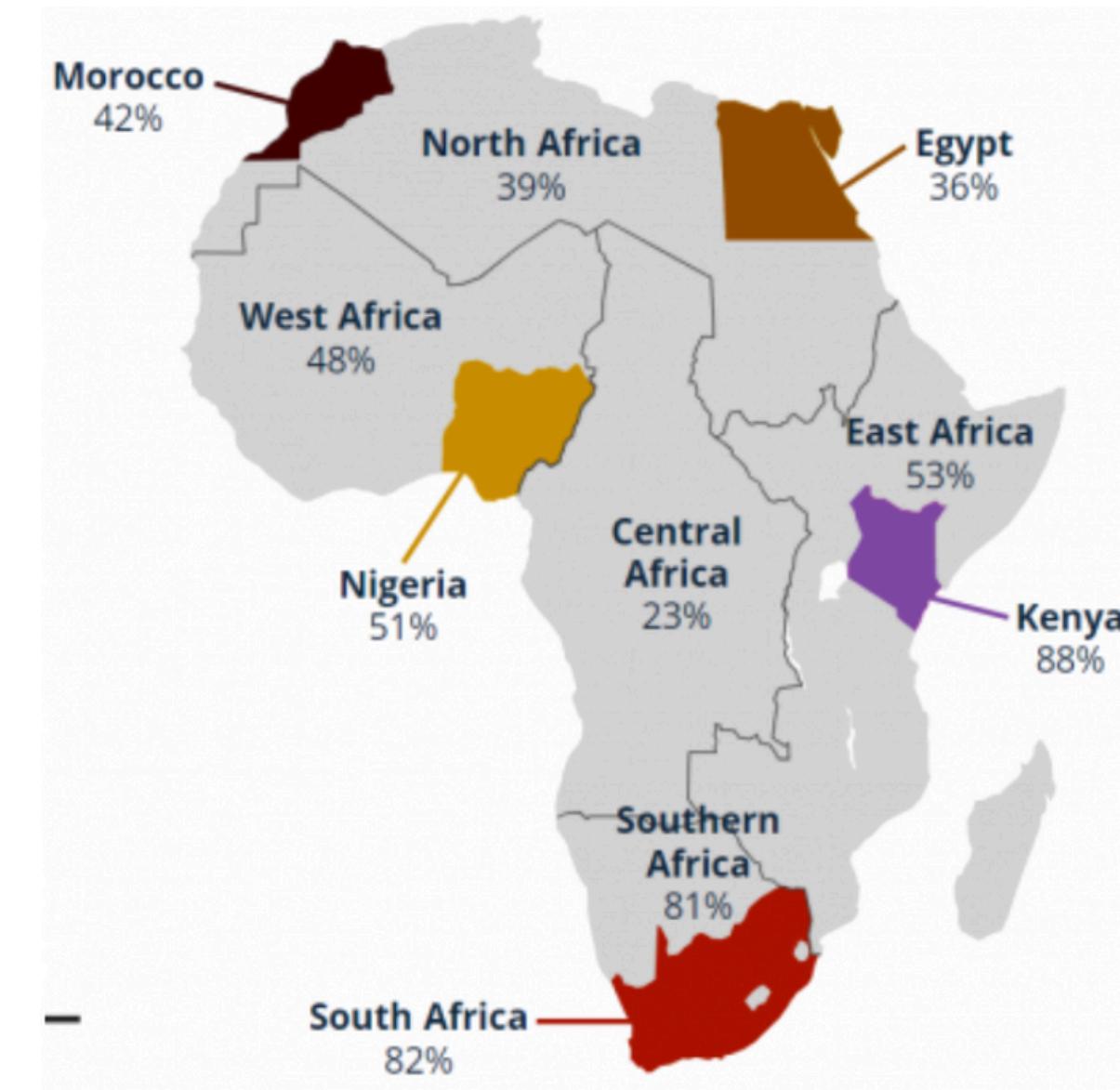
Déficit de financiamiento en UNICEF (2024) ~70%



El auge del comercio electrónico en África



eCommerce penetration to reach 40 percent by 2025.



Estimated bank account penetration in select countries in Africa as of 2021.

Análisis Exploratorio de Datos

Análisis de inversión en anuncios de Google



Mexico
Población: 129M
PIB per capita: \$13k
Penetración internet: 75%
Donaciones: 215
ROAS: 1.3



Republica Dominicana
Población: 4M
PIB per capita: \$11k
Penetración internet: 81%
Donaciones: 81
ROAS: 2.3



Ecuador
Población: 18M
PIB per capita: \$7k
Penetración internet: 70%
Donaciones: 92
ROAS: 0.7



Peru
Población: 33M
PIB per capita: \$7k
Penetración internet: 73%
Donaciones: 42
ROAS: 1.1



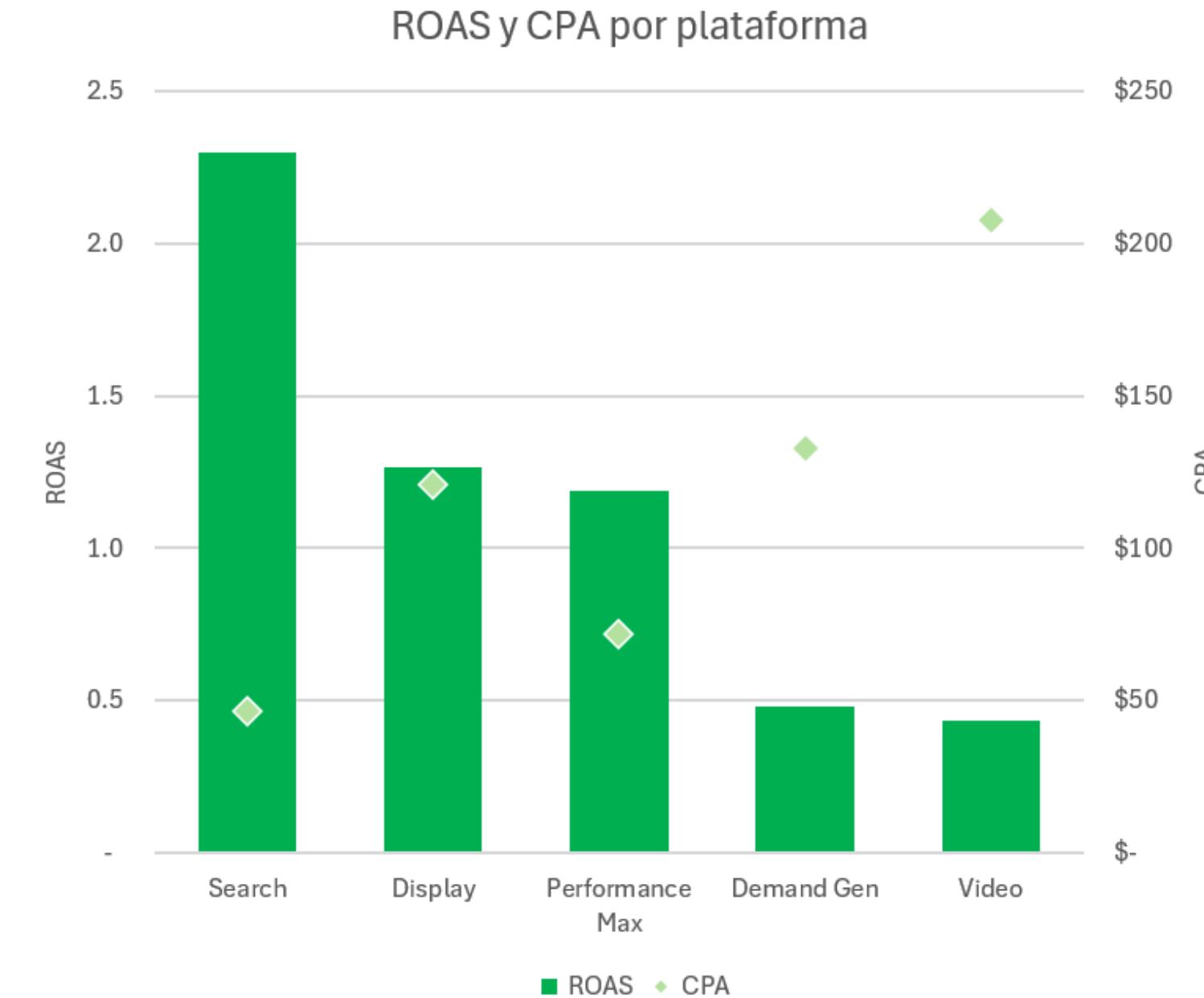
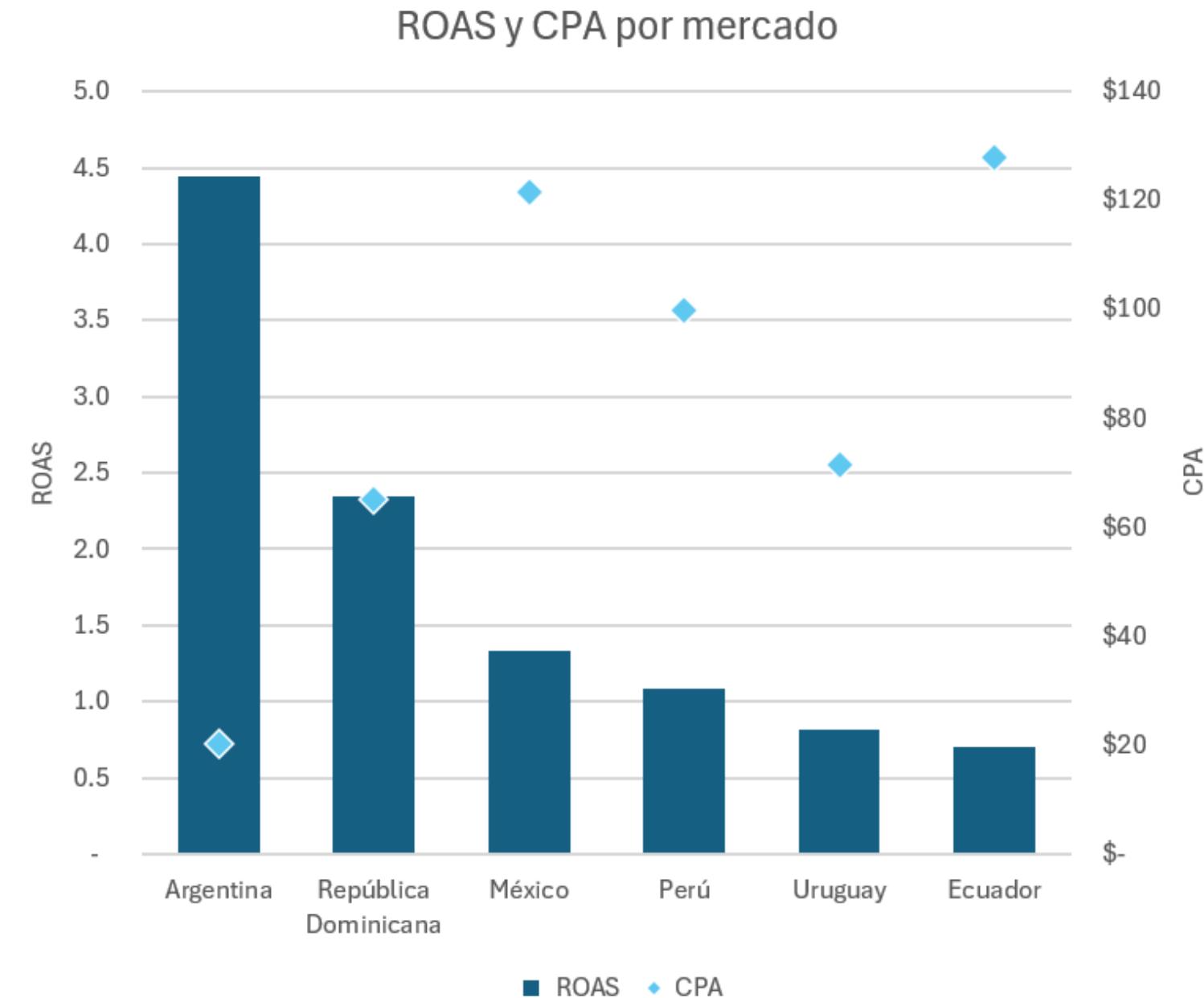
Uruguay
Población: 4M
PIB per capita: \$19k
Penetración internet: 81%
Donaciones: 399
ROAS: 0.8



Argentina
Población: 46M
PIB per capita: \$14k
Penetración internet: 80%
Donaciones: 400
ROAS: 4.4



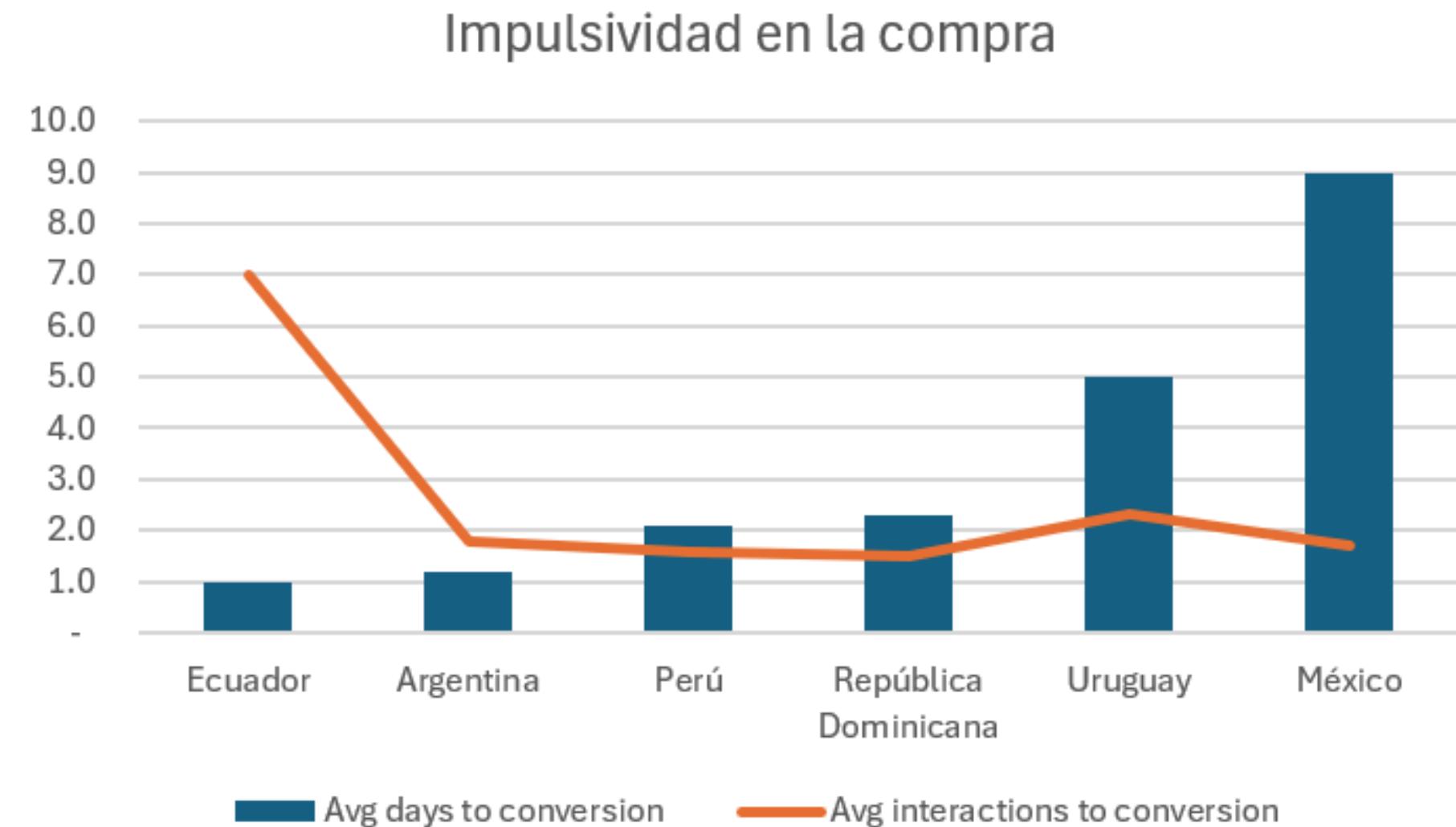
Composición de la pauta



ROAS: Ingreso / Pauta
CPA: Pauta/ Donaciones



Mix de medios y embudo de conversión



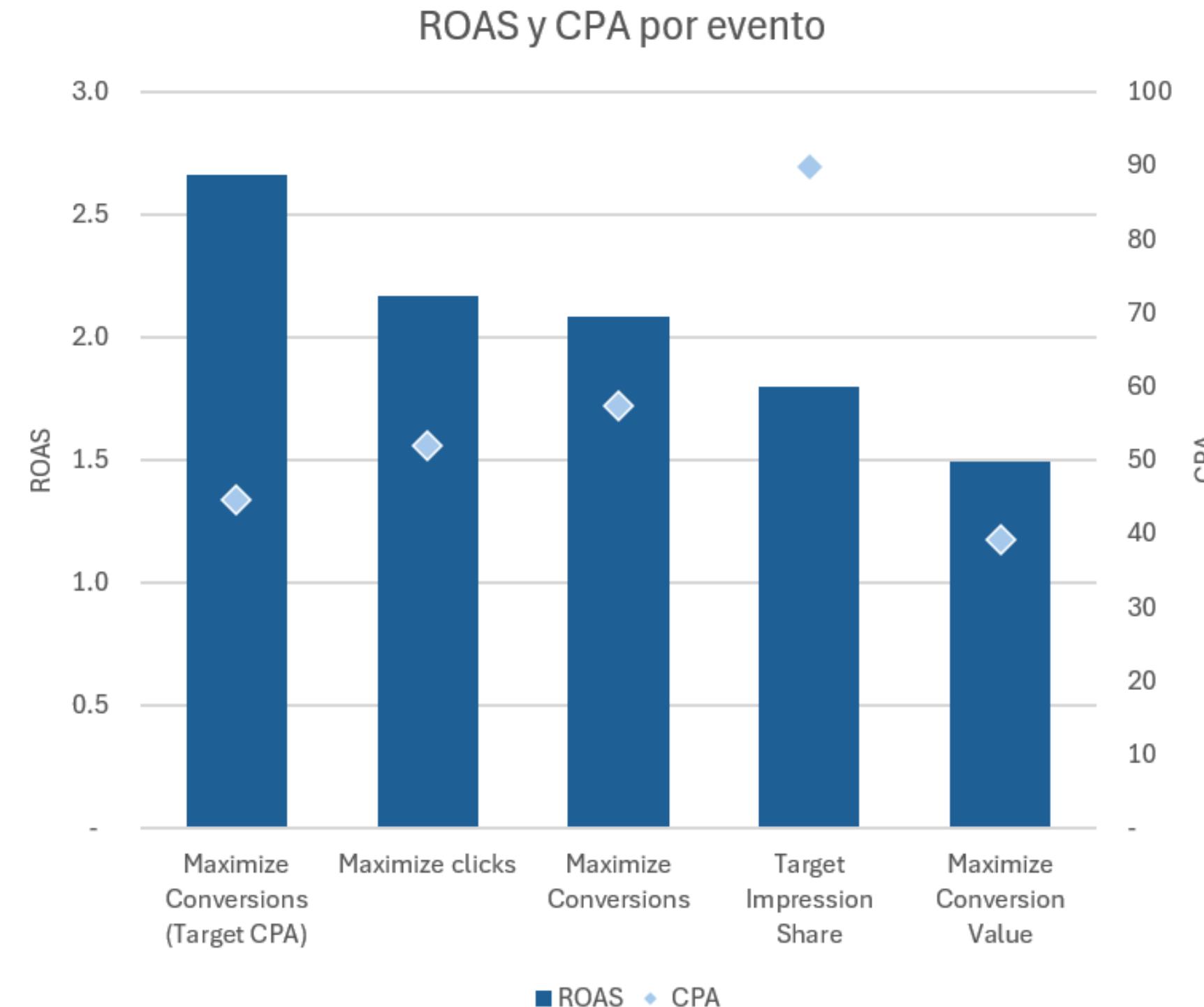
Prospects



Retargeting



Configuración y optimización



66% de los anuncios optimizaron por “compra”, con un ROAS de 1.4 y un CPA de \$54

Un 15% optimización por “lead” lograron un ROAS de 1.5 y un CPA de \$111

Conclusiones y recomendaciones



Conclusiones y recomendaciones

- No existe correlación entre el tamaño de un país/población y el volumen de conversiones.
- Iniciar operación con un presupuesto de \$2,000 y un CPA objetivo de \$100. Monitorear resultados diariamente, optimizar semanalmente y realizar cambios importantes mensualmente.
- Optimizar por “compras” como evento con el objetivo de “maximizar conversiones” al iniciar la operación, luego de 4-5 meses incluir un límite de CPA.
- Mantener al menos dos plataformas: “Search” + “Performance Max”/ “YouTube”/ “Display”/ “Demand Gen” - según la estrategia de la unidad de Comunicación y disponibilidad de contenido.
- Apoyarse en el equipo de Argentina o República Dominicana para capacitación y retroalimentación.

¡Gracias!

