

■ INFORME EJECUTIVO

Análisis de Campañas Publicitarias

Fecha: 14 de February de 2026

Período Analizado: Octubre 2025 - Enero 2026

Total de Campañas Analizadas: 10

Resumen Ejecutivo

Se analizaron **10 campañas publicitarias** ejecutadas a través de múltiples plataformas digitales. El análisis revela un desempeño **altamente positivo** con un retorno general de **6.68x** en publicidad invertida, generando una **ganancia neta de \$32,646.93** sobre una inversión de **\$7,721.54**.

El margen de ganancia del **80.9%** demuestra la rentabilidad de la estrategia publicitaria actual, con oportunidades claras para optimización y expansión en plataformas y segmentos específicos.

Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs)

MÉTRICA	VALOR	INTERPRETACIÓN
ROAS (Return on Ad Spend)	6.68x	Excelente (>5x es meta)
Revenue Total	\$40,368.47	10 campañas
Ganancia Neta	\$32,646.93	80.9% margen
Conversiones Totales	996	5.85% rate
CTR Promedio	9.18%	Muy efectivo
CPA Promedio	\$20.03	Costo por adquisición

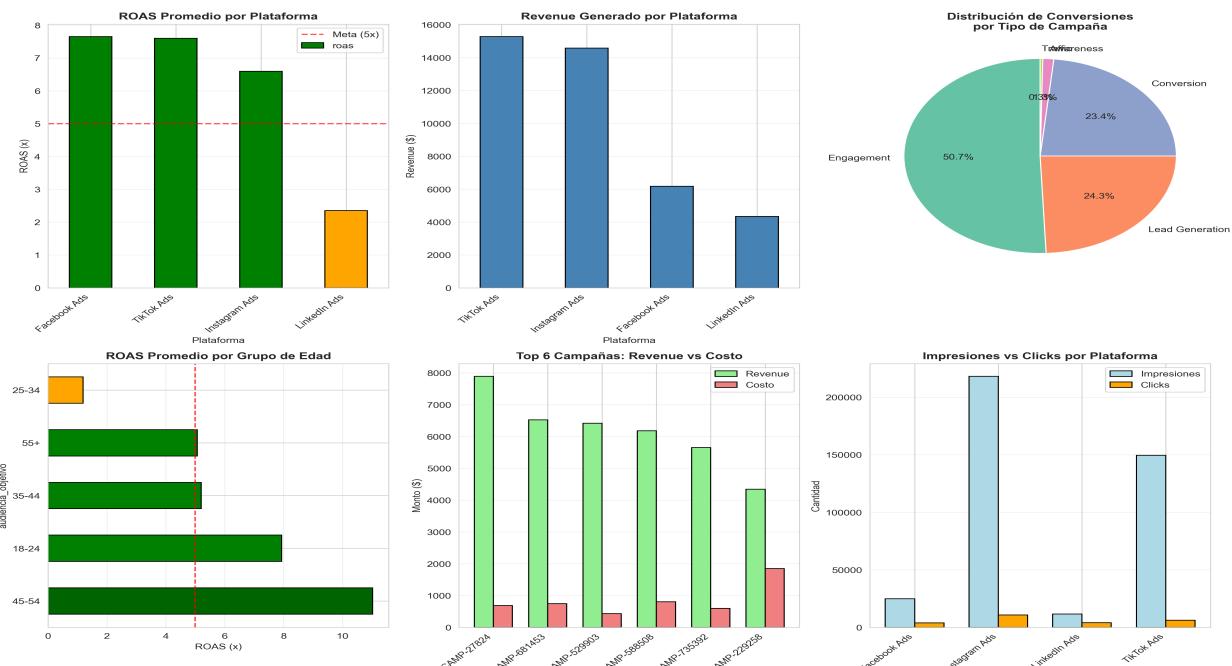
1. Análisis de Plataformas Digitales

Cada plataforma tiene características y públicos únicos. El análisis a continuación muestra el rendimiento comparativo de cada canal publicitario.

Plataforma	Campañas	Impresiones	Clicks	Conversiones	Revenue	ROAS
Facebook Ads	1	24,897	3,953	43	\$6,178	7.65x
TikTok Ads	4	149,504	6,227	432	\$15,274	7.60x
Instagram Ads	4	218,155	10,747	416	\$14,575	6.60x
LinkedIn Ads	1	11,627	4,024	105	\$4,342	2.35x

Hallazgo Clave: Facebook Ads lidera con ROAS de **7.65x**, demostrando ser el canal más eficiente en conversión de inversión a retorno.

Visualización: Rendimiento por Plataforma



2. Segmentación por Grupo de Edad

La audiencia objetivo es crítica en la efectividad de campañas. El análisis por grupo de edad revela segmentos de alto y bajo desempeño.

Grupo de Edad	Campañas	Conversiones	Costo	Revenue	ROAS
45-54 años	3	160	\$1,776	\$18,596	11.02x
18-24 años	2	335	\$823	\$8,492	7.93x
35-44 años	2	204	\$1,387	\$7,768	5.20x
55+ años	1	3	\$223	\$1,127	5.07x
25-34 años	2	294	\$3,514	\$4,386	1.19x

Segmento Estrella: El grupo 45-54 años genera ROAS de **11.02x**, siendo el más rentable.

Alerta Crítica: El segmento 25-34 años solo logra 1.19x, requiriendo revisión inmediata.

3. Rendimiento de Campañas Individuales

Top 3 Campañas (Mayor ROAS)

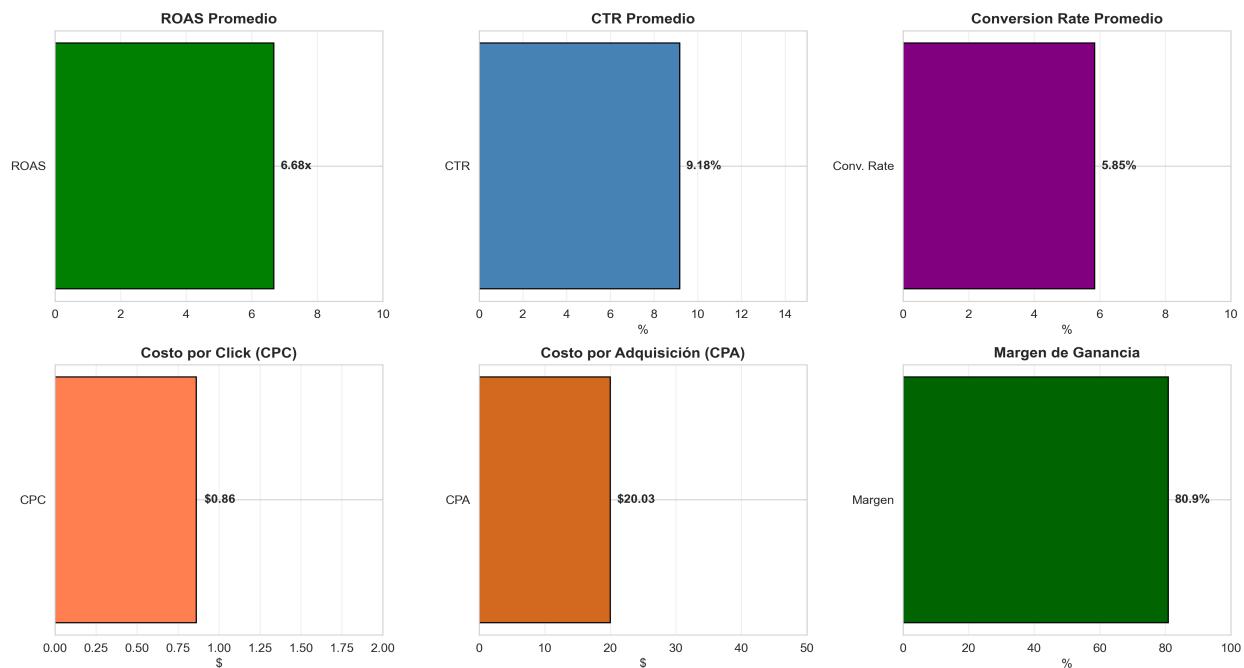
ID Campaña	Plataforma	Tipo	Revenue	Costo	ROAS
CAMP-529903	Instagram Ads	Lead Generation	\$6,418	\$432	14.85x
CAMP-27824	TikTok Ads	Engagement	\$7,895	\$684	11.54x
CAMP-735392	TikTok Ads	Engagement	\$5,655	\$598	9.46x

Bottom 3 Campañas (Menor ROAS)

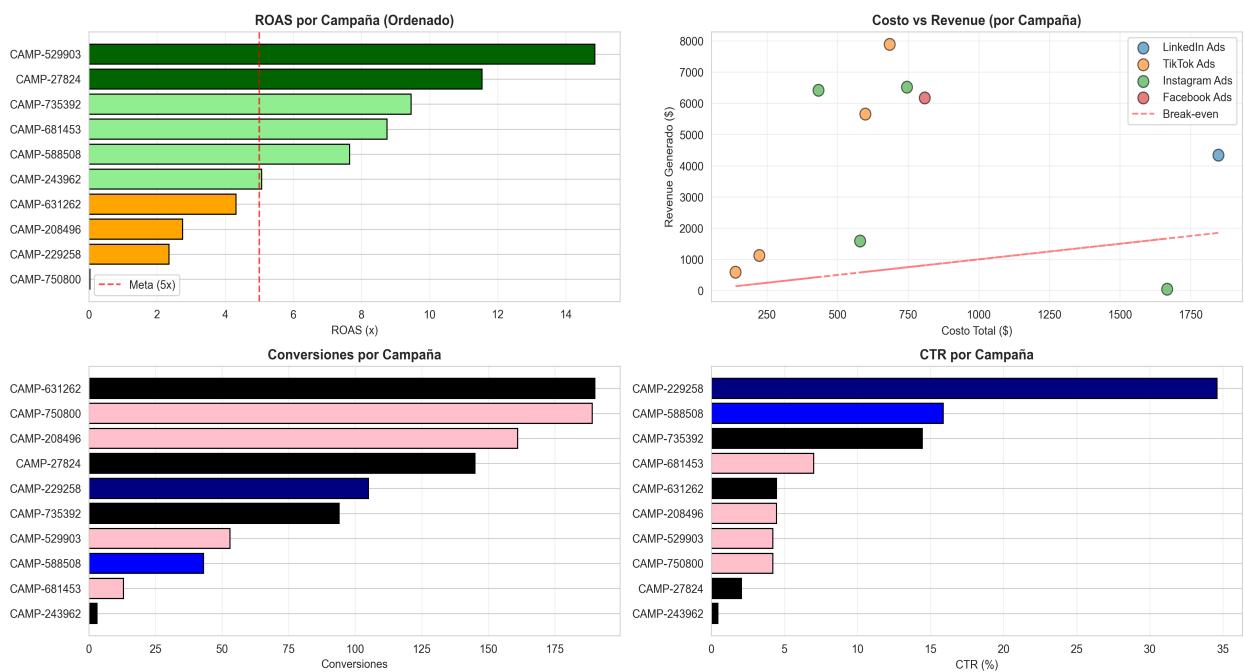
ID Campaña	Plataforma	Tipo	Revenue	Costo	ROAS
CAMP-750800	Instagram Ads	Lead Generation	\$44	\$1,666	0.03x
CAMP-229258	LinkedIn Ads	Engagement	\$4,342	\$1,848	2.35x
CAMP-208496	Instagram Ads	Engagement	\$1,590	\$579	2.75x

Recomendación: Pausar inmediatamente campañas con ROAS < 2x y reallocar su presupuesto a las campañas con mejor desempeño.

4. Métricas KPI Clave



5. Comparativa Detallada de Campañas



6. Recomendaciones Estratégicas

1. AUMENTAR INVERSIÓN EN Facebook Ads

Con ROAS de 7.65x, esta plataforma está generando retornos excepcionales. Se recomienda incrementar presupuesto para maximizar ganancias.

2. OPTIMIZAR SEGMENTO 45-54 AÑOS

Este grupo muestra ROAS de 11.02x. Expandir campañas dirigidas a este segmento aumentará retornos globales significativamente.

3. REVISAR O PAUSAR CAMPAÑAS DE BAJO ROAS

Campañas con ROAS < 2x están siendo ineficientes. Se debe pausar o reestructurar inmediatamente.

4. REESTRUCTURAR SEGMENTO 25-34 AÑOS

Con ROAS de apenas 1.19x, este segmento es improfitable. Considere cambiar targeting, creatividad o pausar completamente.

5. REPLICAR FÓRMULA DE CAMPAÑAS TOP

Las campañas CAMP-529903, CAMP-27824 y CAMP-735392 demostraron excelencia. Replique sus características en nuevas campañas.

6. REVISAR LINKEDIN ADS

Con ROAS de 2.35x (menor entre plataformas), requiere optimización urgente en targeting, creatividad o tipo de oferta.

7. Conclusiones y Siguiente Pasos

Estado General: EXCELENTE

Fortalezas Clave:

- ROAS promedio de **6.68x** demuestra estrategia altamente efectiva
- Margen de ganancia del **80.9%** indica operaciones rentables
- Conversiones totales de **996** demuestran funnel funcional
- Datos completos sin valores faltantes facilitan toma de decisiones

Áreas de Mejora:

- Variabilidad en rendimiento entre plataformas requiere revisión de LinkedIn
- Segmento 25-34 años es improfitable y necesita corrección urgente
- Algunas campañas tienen ROAS muy bajo (<2x) y deben pausarse

Recomendación General:

Mantener campañas exitosas activas e incrementar presupuesto. Pausar o reducir campañas con bajo desempeño. Usar las campañas top como templates para futuras iniciativas publicitarias. Implementar seguimiento mensual de estos KPIs para asegurar sostenibilidad de resultados.

Documento Confidencial - Para Uso de Dirección

Generado: 14 de February de 2026 a las 12:33

Gráficas incluidas: analisis_graficas.png | metricas_kpi.png | comparativa_campañas.png