

Actividad Grupal 3: Optimizando Inversiones en "EcoMascotas" con IA

OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD

El estudiante comprenderá de una manera práctica y profunda de cómo la IA transforma la toma de decisiones en marketing y ventas.

Contexto de la Empresa: "EcoMascotas" es una tienda online de productos ecológicos y sostenibles para mascotas, con operaciones en El Salvador y Honduras. Sus clientes valoran la ética ambiental y la salud de sus mascotas. Actualmente, cuentan con presencia en varios canales: sitio web, redes sociales (Facebook/Instagram), WhatsApp Business y email marketing.

Desafío Actual: A pesar de su presencia multicanal, "EcoMascotas" enfrenta el desafío de la **ineficiencia en sus inversiones de marketing**. No tienen una visión clara de qué canales están generando el mejor **Retorno de Inversión (ROI)** ni cómo optimizar sus presupuestos para maximizar las ventas y la adquisición de nuevos clientes. Sospechan que están asignando recursos de forma subóptima en canales que no son los preferidos por sus segmentos de clientes más valiosos.

El Rol de la IA: Para abordar este desafío, "EcoMascotas" ha implementado recientemente una avanzada herramienta de **Análisis Predictivo basada en Inteligencia Artificial**. Esta herramienta integra datos de su CRM, su plataforma de e-commerce y todas las interacciones de sus clientes en redes sociales y WhatsApp. Tras un extenso procesamiento, la IA ha generado los siguientes informes clave que ahora tienen a su disposición:

Informe de la Herramienta de IA (Datos Hipotéticos):

Tabla 1: Rendimiento Histórico por Canal (Últimos 6 meses) *Este cuadro muestra el rendimiento pasado de cada canal en términos de inversión y resultados.*

Canal	Inversión Publicitaria (USD)	Ventas Generadas (USD)	Leads Calificados	Clientes Adquiridos	Tasa de Conversión (Leads a Clientes)
Facebook/Instagram Ads	\$15,000	\$45,000	600	120	20%
Google Search Ads	\$10,000	\$40,000	400	100	25%
Email Marketing	\$2,000	\$18,000	300	90	30%
WhatsApp Business	\$1,000	\$12,000	250	75	30%
Influencers (Instagram)	\$5,000	\$15,000	150	30	20%
SEO (Orgánico)	\$0 (inversión en tiempo/contenido)	\$25,000	500	150	30%

Tabla 2: Preferencias de Canales por Segmento de Cliente (Análisis Predictivo de IA) Esta tabla, generada por la IA, revela los canales preferidos para interactuar por cada segmento de cliente clave identificado.

Segmento de Cliente	Características Principales	Canales de Interacción Preferidos (según IA)
"Guardianes Verdes"	Muy conscientes del medio ambiente, buscan productos premium y saludables. Dispuestos a pagar más por calidad.	Email Marketing, SEO (contenido educativo), WhatsApp Business (soporte personalizado).
"Compradores Impulsivos"	Jóvenes, activos en redes sociales, sensibles a ofertas y promociones. Compran por impulso.	Facebook/Instagram Ads, Influencers (Instagram).
"Amos Prácticos"	Buscan valor y conveniencia. Quieren información rápida y soluciones eficientes.	Google Search Ads, WhatsApp Business (preguntas frecuentes).

Tabla 3: Proyección de Retorno por Canal con Optimización Sugerida por IA

La herramienta de IA ha modelado el rendimiento potencial si los recursos se reasignan inteligentemente. Muestra el ROI proyectado (Ventas Generadas / Inversión Publicitaria) por cada \$1,000 adicionales invertidos en el canal, considerando la saturación de cada uno.

Canal	ROI Proyectado por cada \$1,000 Adicional Invertido
Facebook/Instagram Ads	\$2,500
Google Search Ads	\$3,500
Email Marketing	\$9,000
WhatsApp Business	\$8,000
Influencers (Instagram)	\$2,000
SEO (Orgánico)	No aplica (beneficio acumulativo, no inversión directa publicitaria)

Consigna para el Grupo (25 minutos de trabajo):

Ustedes son los consultores de marketing y ventas omnicanal de "EcoMascotas". La empresa tiene un **presupuesto adicional de \$10,000 USD** para invertir en los próximos 3 meses, y su objetivo es maximizar las ventas y la adquisición de clientes, priorizando la eficiencia.

Basándose en los informes de la herramienta de IA proporcionados:

1. Análisis Inicial:

- **Calcule el ROI histórico** (Ventas Generadas / Inversión Publicitaria) para cada canal de la **Tabla 1**.
- ¿Qué canales han sido históricamente los más y menos eficientes en términos de ROI?
- Más allá del ROI histórico, ¿qué información adicional de la **Tabla 1** (Leads, Clientes Adquiridos, Tasa de Conversión) consideran relevante para su análisis de eficiencia?

2. Estrategia de Asignación de Presupuesto:

- ¿Cómo asignarían los **\$10,000 USD adicionales** entre los canales, considerando el **ROI proyectado de la Tabla 3** y las **preferencias de segmento de la Tabla 2**? Justifiquen su decisión para cada asignación. (Pueden asignar el dinero en incrementos de \$1,000 USD).
- ¿Qué canal o canales reducirían o mantendrían sin aumentar su inversión, y por qué, a pesar de tener un ROI histórico decente? (Piensen en la Tabla 3).
- ¿Cómo integrarían la estrategia de contenido para el canal **SEO (Orgánico)** sin una inversión publicitaria directa, basándose en los segmentos de clientes definidos por la IA?

3. Reflexión Final:

¿Cómo la información proporcionada por la IA (especialmente la Tabla 2 y 3) les permite tomar decisiones **más informadas y eficientes** que si solo tuvieran la Tabla 1 (datos históricos sin predicción o segmentación de preferencias)?

Preparación para la Presentación: Designen un vocero que presente las conclusiones principales de su grupo en **2-3 minutos máximo** cuando regresen a la sala principal. Enfóquense en sus decisiones de asignación de presupuesto y sus justificaciones.